

A Comunicação sob a perspectiva comunitária: os rumos de um campo em constituição

Dérika Correia Virgulino de MEDEIROS¹

Resumo

O objetivo deste artigo é propor uma discussão sobre a constituição do campo da comunicação a partir de uma perspectiva mais humana, que privilegie a dimensão sensível e o vínculo comunitário nos processos comunicacionais. Para tanto levantamos a hipótese de que são as relações e trocas coletivas inseridas em contexto de mediação social os objetos centrais do campo, em detrimento de uma perspectiva mais tecnicista tão comum, e cara, à compreensão de comunicação, e que vem impedindo, ou dificultando, a conquista da autonomia do campo comunicacional frente às demais disciplinas das Ciências Humanas e Sociais.

Palavras-chave: Campo científico da Comunicação. Vínculo comunitário. Dimensão sensível.

Introdução

Nunca foi tão urgente repensar a comunicação como na atualidade. Nossa profunda imersão na virtualidade, e grande rendição aos aparatos tecnológicos que surgem e se desenvolvem a cada dia, atravessando nosso cotidiano, alterando nossa forma de estar no mundo e, sobretudo, nossa forma de interagir e se relacionar com o outro, revela a necessidade de trazer para o centro do debate das Ciências Humanas e Sociais, o campo comunicacional, como um fenômeno que tem suas leis próprias e seus efeitos sobre a sociedade.

A comunicação ainda representa um campo em constituição. O próprio termo comunicação, enquanto campo científico é bastante recente e ainda passa por várias tentativas de (re) definições conceituais. Isto em meio a disputas políticas pela busca de reconhecimento e por verbas disponíveis a pesquisa. Sem contar com a existência de

¹ Mestranda pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro – ECOPós/UFRJ. E-mail: derikav@gmail.com

várias vertentes conceituais, muitas delas discordantes, sobretudo, no que concerne ao que seja a própria comunicação (PRADO, 2003).

Dessa forma, uma das grandes problemáticas em torno da construção desse campo é sua baixa formalização frente às outras áreas do conhecimento. Além disso, este campo ainda é visto como um algo parasitário das demais disciplinas consideradas mais clássicas, a respeito, por exemplo, da sociologia. A comunicação é costumeiramente concebida como um instrumento (rádio, Tv, jornal impresso) de análise para alguma questão discutida dentro de outra área do saber humano.

Assim, como afirma Braga (2004), embora nas últimas décadas venha sendo possível notar um esforço concentrado entre os pesquisadores em obter uma maior sistematização do campo e, até a mesmo, uma maior mobilização em direção a construção de um campo científico próprio para a comunicação, o que se observa ainda é uma forte dispersão nas suas questões, visto que, grande parte delas ainda é proveniente de outras áreas, isto é, de “fora” do campo comunicacional. Talvez porque, “historicamente esse campo constituiu-se a partir da sociologia, de onde veio a separar-se, ou mesmo dos estudos literários, de onde os primeiros estudos semióticos se constituíram” (PRADO, 2003, p. 136), questões essas que não devemos perder de vista, porém, sem esquecer que o campo caminha para uma maior autonomia frente às demais áreas do conhecimento.

Inclusive, na avaliação continuada da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) sobre a inserção temática nos Programas da Área da comunicação, destacou-se que a dispersão temática é o que impõe “dificuldade suplementar na consolidação do campo” (PRADO, 2003).

O que normalmente tem sido inferido à comunicação, contudo, ou é sua abrangência e amplitude de questões presentes em todas as atividades humanas, ou é, ao contrário, seu reducionismo ao encará-la como inteiramente à parte dos fenômenos sociais, ou seja, de um lado estariam às modalidades de funcionamento da sociedade e de outro, a mídia e suas atividades. A problemática da primeira concepção consiste no fato de que, abarcando e se estendendo por todas as áreas das humanidades, como a ciência política, educação, cultura e até mesmo a literatura, a comunicação acaba por não estar em lugar algum. O equívoco da segunda concepção, por sua vez, é evitar

perceber o fenômeno da *mediatização da sociedade*², noção essa que ultrapassa o conhecido estudo de mídias (BRAGA, 2011).

Com o rápido avanço das tecnologias e a forma cada vez mais acelerada com que informações e imagens circulam na sociedade, nos é revelado outro aspecto da existência humana, marcado por outra temporalidade, no que o pesquisador Muniz Sodré (2007) vem chamando de “tempo real”, isto é, a instantaneidade das notícias, e a possibilidade de estar sempre em contato com o outro, “sem prazos”, a qualquer momento e lugar, faz com que o processamento das informações e a interpretação dos acontecimentos pelos indivíduos e a maneira de se relacionar com o tempo adquira um status diferenciado do habitual. Frequentemente, as pessoas não vêm conseguindo acompanhar o fluxo dos fatos, diante da enxurrada de informações veiculadas pelos meios de comunicação.

Esse aspecto da realidade vem sendo definindo por mediatização da sociedade. Seu princípio orienta “a *priori* a representação e a interpretação dos fenômenos” (SODRÉ, 2007, p.17) sociais. Pode ser entendida também como uma prática social erguida sob a égide das tecnologias da informação e, o mais importante, devidamente articulada às instituições de poder e de mercado.

A fluidez do tempo aliada a um contexto midiático cada vez mais espetacularizado, representa a realidade com que o campo da comunicação deve estar apto a lidar. Ambigüidades, contradições e o aceleração do tempo-espço social, são os elementos presentes nas questões que a comunicação deverá analisar na constituição do seu objeto de conhecimento, na formação de seu campo científico. Ao contrário das clássicas ciências humanas que “se reserva um estatuto temporal, onde é possível à consciência interpretar e saber” (SODRÉ, 2007, p. 19).

São essas as razões que vêm impondo dificuldades ao campo comunicacional sua constituição e seu reconhecimento como ciência humana e social. No entanto, é justamente esse contexto em que ela se situa, ou seja, de multiplicidade das atividades e efeitos comunicativos, que vem, por outro lado, construindo um ambiente de reflexão quanto a ideia de uma comunicação mais humana, pensada para além dos *media*. Uma comunicação que tenha em sua base de constituição a ideia da interação social e do

² Ver Antropológica do Espelho, Muniz Sodré, 2007.

vínculo entre os indivíduos como um resgate daquilo vem se perdendo, ou sendo distorcido, pelo processo de midiatização da sociedade, que é o *vínculo comunitário*.

Como afirma Sodré (2007), a própria indagação sobre o que é comunicação, parte da ideia do comum, da noção de comunidade. Comunicar é, nesse sentido, o que possibilita a instauração do comum na comunidade, o que propicia a vinculação, sendo esta, não o estabelecimento de um ente instituído, mas antes, a possibilidade de uma relação para a abertura, para um devir, uma eterna “ação de sempre”, capaz de surgir daí algo verdadeiramente novo.

É sobre esta perspectiva que o presente artigo pretende debruçar-se. Sobre a possibilidade de pensar uma comunicação menos instrumentalizada, carteziana e funcionalista e mais próxima dos indivíduos, de suas práticas e inter-relações. Vislumbre-se, contudo, que através da construção de um campo científico próprio, em que a problematização dos efeitos e consequências da midiatização da sociedade sejam percebidas como um objeto do saber científico, que a comunicação poderá, de fato, vir a não mais contribuir com a “financeirização do mundo”³, mas ao contrário, servir para compreender os fenômenos sociais e atuar de forma contestatória sobre eles.

Comunicação: um fenômeno social

O pesquisador Ciro Marcondes Filho, é um dos mais severos críticos dos rumos que as pesquisas em comunicação têm tomado. Uma das afirmações mais conhecidas do estudioso, inclusive, é que ainda não se começou sequer a estudar comunicação no país. De acordo com Marcondes Filho (2009), provavelmente os primeiros passos em direção ao estudo que seria reconhecido como pesquisas em comunicação foram dados por Paul Lazarsfeld, em 1927, a partir de sondagens de audiências e aspirações dos ouvintes do rádio em Viena, no entanto, suas investigações seria voltadas mais para questões administrativas e econômicas do que comunicacionais. Depois de Lazarsfeld vieram outros autores e escolas que também propuseram pesquisas em comunicação. Marcondes Filho cita a escola de Frankfurt como um dos exemplos de pesquisas voltadas para os fenômenos da comunicação.

O maior interesse dessa escola surgiu a partir do entusiasmo diante da rápida disseminação do consumo de bens culturais aliado ao grande avanço das tecnologias

ocasionando numa mudança extraordinária na forma de vida e no cotidiano dos indivíduos, já desde os anos 20. O efeito da publicidade e propaganda na sociedade voltada, sobretudo, para o incentivo ao consumo e como estratégias de grupos e partidos políticos, como é o caso do nazismo, tornaram-se os principais responsáveis para que fosse dado início às investigações teóricas sobre o que os frankfurtianos denominaram indústria cultural.

Mas apesar da forte repercussão e inserção nas pesquisas em ciências humanas, as contribuições dos estudos sobre indústria cultural, para Marcondes Filho (2009), não representaram pesquisas propriamente comunicacionais. Para ele, esses estudos indicavam muito mais reflexões filosóficas sobre a realidade. Tampouco as pesquisas que se seguiram também poderiam ser classificadas como estudos em comunicação.

As pesquisas realizadas por Pierce e Saussure, por exemplo, seriam lingüísticas; os estudos de Gramsci e Bakhtin seriam reflexões sobre a crítica marxista, o que levaram esses autores a promoverem pesquisas em sociologia política da comunicação; os “novos funcionalistas norte-americanos” realizaram estudos de mercado e dos efeitos em publicidade; os pós-estruturalistas promoveram pesquisas em filosofia política da comunicação; McLuhan e seus herdeiros se entusiasmaram com as novas tecnologias; mais recentemente, os estudiosos da cibercultura fazem “sociologia virtual”, entre outros estudos que, apesar de sua relevância e extrema contribuição para os campos das humanidades, não foram, na concepção do autor, pesquisas do campo da comunicação.

As principais contribuições para o campo teórico da comunicação, na concepção de Marcondes Filho, surgiram a partir dos estudos de Husserl, devido a sua pesquisa voltada para uma comunicação mais humana, interessada em compreender como este fenômeno “abate” e “atropela” os indivíduos. Outros aportes para o campo também teriam vindo de autores como Niklas Luhmann e Gregory Bateson. Este último questiona a qualidade da comunicação, ao afirmar que na maior parte do tempo, as pessoas não se comunicam, apenas trocam signos.

É apoiando-se em alguns desses autores que Marcondes Filho enxerga um caminho menos instrumental para as pesquisas em comunicação, e põe em discussão algumas perspectivas que se enquadrariam em uma pesquisa considerada “genuinamente” comunicacional.

O autor critica a falta de legitimidade de questões próprias para o campo da comunicação, lembrando que grande parte das pesquisas consideradas “comunicacionais”, são, na verdade, provenientes de outros campos do conhecimento. Ele cita, como exemplo, a sociologia que vem se “utilizando” da comunicação para analisar questões do tipo: quais as consequências, sociais, políticas, econômicas e culturais do que se veicula na imprensa, ao abordar situações a respeito de classe social, gênero, trabalho, dentre outros temas que interessam diretamente ao objeto sociológico.

Da mesma forma outros campos como a antropologia, que também faz uso da comunicação para observar as questões que se relacionam diretamente com os aspectos da cultura. A economia que se ocupa em estudar questões como a administração das empresas de comunicação, sobre a investigação do mercado da comunicação. O direito que se atém a legislação que trata de Leis e regulamentos, como as Leis da imprensa ou do audiovisual, e até mesmo as questões éticas que devem acompanhar a profissão de comunicólogo, entre outras áreas do conhecimento.

Outra problemática que costuma rondar a caracterização da comunicação e que se revela num forte alvo de crítica dos pesquisadores do setor é a ideia de que aquela seria um campo interdisciplinar. Dessa explicação surge o seguinte questionamento: não seriam todos os campos do conhecimento interdisciplinares, visto que nenhum campo pode ser considerado “puro”, isto é, possuir objetos de estudo independentes das demais áreas do conhecimento, e que por isso inferir esse caráter para comunicação resultaria em uma redundância?

É justamente essa crítica que o pesquisador José Luiz Braga (2011) faz a essa perspectiva que é costumeiramente associada à comunicação. Mesmo considerando enfaticamente a interdisciplinaridade da comunicação como uma concepção frouxa, óbvia e, portanto, ociosa, o autor não nega que a comunicação pode se beneficiar desse aspecto, assim como todas as demais Ciências Humanas e Sociais, até mesmo porque o diálogo e a interligação entre disciplinas vêm expressando cada vez mais o anseio das pesquisas na contemporaneidade. E não só por isso, a perspectiva da interdisciplinaridade pode servir à comunicação, e vem servindo, quando esta proposta interdisciplinar possui enfoques comunicacionais. Isso corresponderia a uma pesquisa que trabalha com o que ele chama de *interfases*. Assim ele exemplifica:

Muitas pesquisas da área ocorrem nessas interfaces – Comunicação e Política, Comunicação e Educação, Comunicação e Cultura; Comunicação e diversas questões sociológicas, linguísticas, antropológicas, etc. Em todas estas áreas de pesquisa, uma questão se põe como fundamental para assegurar possibilidades de avanço de conhecimento em Comunicação e de contribuição comunicacional para as CHS (Ciências Humanas e Sociais): *o que há de comunicacional nessa interface?* [...] Com base nessa pergunta, consideramos que os estudos de interfaces podem ser, em vez de um espaço de dispersão (como tendia a acontecer até os anos 90) um espaço de trabalho construtivo do conhecimento comunicacional (BRAGA, 2011, p. 64 – 65).

Entretanto, apesar dos pontos positivos, o que Braga questiona é o fato de que não tendo objeto do conhecimento específico que seja definidor do campo, nem questões que sejam peculiares à área, a comunicação não passará de um “aglomerado interdisciplinar”, sem uma identificação como ciência humana, mas apenas como suporte para os estudos e análises das demais áreas do saber.

A postura “interdisciplinarista”, como bem observa o autor, parece contradizer com a ideia de um campo em constituição. Já a hipótese da interface, como já dito anteriormente, aproxima-se mais com a possibilidade de uma maior articulação com a discussão da construção desse campo, tendo em vista que ela promoveria um debate entre as mais diversas áreas afins e, eventualmente, não diluiria fronteiras, como prevê o aspecto da interdisciplinaridade (BRAGA, 2004).

No entanto, Braga (2004) afirma que apesar da possibilidade de construção de um campo corresponder inicialmente a ideia de fronteiras definidas, a partir de um núcleo (objeto do conhecimento) de consenso entre os pesquisadores da área, não seria essa a proposta mais ideal. Mesmo considerando adequado um objeto de interesse para a comunicação, ou seja, que seu campo partisse de uma base sólida, esta deve ir ao encontro de fronteiras indefinidas, “com a expectativa de construir, aos poucos, um razoável consenso sobre até onde vai o campo, e sobre o que estaria além de sua pertinência” (p. 5).

Esse “núcleo”, objeto do conhecimento, normalmente tende a ser identificável com a mídia. Esta ainda parece ser o objeto da comunicação mais naturalmente aceito dentro do campo da comunicação. Porém, há, ao mesmo tempo, um movimento dentro da área de não se restringir a esse núcleo, mas também de não excluí-lo. O que deve ser ponderado é o que realmente deve ser considerado como “mídia”, e o que nele serve mais diretamente ao campo da comunicação. Sem esquecer, também, que a comunicação não é a única área a fazer uso daquela. Outras áreas do conhecimento a

utilizam como “ferramenta” de análise para a compreensão dos seus próprios questionamentos.

Para Duarte (2003), por exemplo, os objetos de mídia não necessariamente comunicam:

É explícito o vetor da transmissão da informação, mas é discutível as manifestações de um diálogo entre os planos cognitivos em ação. Se tomarmos a comunicação como um fenômeno de percepção e troca, não podemos reduzi-la a transmissão de informação, ou seja, os meios não são necessariamente de comunicação. Os meios podem veicular informação e a veiculação de informação é uma das etapas do estabelecimento da comunicação, mas a veiculação por si não indica um fenômeno comunicacional se temos por comunicação os encontros perceptivos entre agentes e os produtos cognitivos que emergem (p. 52).

No entanto, o que José Luiz Braga (2004) propõe é que o campo da comunicação se constitua através de suas indefinições, isto é, dos pontos cegos entre o que é de um e outro campo (as interfaces). Para o autor, não é exatamente a busca por um objeto de conhecimento do campo o que denomina sua existência, mas a forma de problematizar esses objetos, a partir de questões que interessam e sejam inerentes ao campo. Em face dessa argumentação, independente que a opção seja pelo objeto “mídia”, o que vale será levantar problemas comunicacionais que decorrem desta.

De acordo com o autor, contudo, não basta apenas escolher um objeto, mas buscar sua “abrangência” e “formulação do objeto” dentro da perspectiva do campo.

Trata-se, portanto, da possibilidade (ou não) de se constituir questionamentos produtivos de conhecimento *diferenciados dos questionamentos propostos por outras CHS* (ainda que partindo de mesmas bases teóricas). Trata-se do compartilhamento ou da disputa entre disciplinas sobre objetos (agora no plural) que podem até ser empiricamente os mesmos (BRAGA, 2004, p. 7).

Além das disputas e conflitos existentes entre os vários campos do conhecimento e que podem, naturalmente, afetar a constituição de um campo próprio para a comunicação, outra problemática que aflige a área da comunicação é que ainda seus pesquisadores se ignoram, isto é, não existe de fato o que eles concordam ou discordam. A fragmentação presente dentro das instituições de saber, a respeito da Universidade, e o acolhimento desta com a perspectiva funcionalista da comunicação – esta como sinônimo de “meios” e informação – levou as pesquisas a uma profunda falta de diálogo, e pouca coesão sobre uma proposta de um objeto que pudesse ser pertinente ao

campo. Não por outro motivo, é possível inferir que a comunicação ainda se enquadra nas ciências sociológicas.

Apesar de a mídia, como já frisado anteriormente, representar ainda o primeiro objeto a ser diretamente associado à comunicação, não é o que vem, mais recentemente, sendo defendido por pesquisadores da área como a proposta mais abrangente e pertinente aos estudos da comunicação. O aspecto da “interação social” vem ganhando força como mais uma perspectiva para a compreensão do objeto da comunicação.

O exposto relacionamento entre comunicação e “interação” é a principal perspectiva da linha de pesquisa de pesquisadores como José Luiz Braga e Ciro Marcondes Filho. Interação essa que, conforme estes estudiosos, é crescentemente mediada. Essa é a uma das grandes questões a ser problematizadas pelo campo da comunicação.

E, talvez, seja o diferencial entre os demais campos do conhecimento que também visualizam interesse e importância no quesito interação social para suas pesquisas. No entanto, tanto a opção pelo objeto mídia, quanto pela interação social, parecem não representarem a especificidade pretendida para o campo da comunicação. Enquanto o primeiro é estudado por muitas outras disciplinas, o segundo é entendido como “um fenômeno da comunicação humana de modo geral” e que, por conseguinte, representa todas as Ciências Humanas e Sociais (BRAGA, 2004).

Entretanto, dentro dessas duas perspectivas, que são costumeiramente consideradas, entende-se a comunicação como algo que representa apenas um pano de fundo para as investigações científicas dos outros campos do saber, ou como “comunicação humana”, isto é, que deve ser percebida sob uma dimensão mais genérica, constituindo-se assim, em objeto comum a todas as demais ciências humanas.

Mas o que o autor José Luiz Braga (2004) pretende é chamar atenção para o fato de que independente do objeto, o que deve ganhar relevo é sua construção dentro da área da comunicação a partir tanto do desatrelamento deste com outras áreas como, ao mesmo tempo, através da manutenção de diálogo com elas. No entanto, o autor deixa claro que sua predileção como objeto do campo comunicacional é a interação social, como principal ângulo de constituição daquele, e a mídia como o seu “fenômeno empírico de maior relevância, ainda que não exclusivo” (p. 10).

Para o autor, é a interação que deve prevalecer como questão fundamental para a constituição do campo da comunicação, sem que as questões das demais áreas sejam eliminadas, mas sim, “analisadas enquanto sobre-determinações, tonalidades, especificações do processo interacional” (BRAGA, 2004, p. 16).

É importante observar também que esse “jogo” de diferenciação entre as duas propostas de objetos da comunicação, mídia e interações sociais, parece mais transformá-las em aspectos temáticos, do em questões a serem problematizadas para constituições do campo. O esforço maior dos pesquisadores do setor deve ser no sentido de compreender os processos sociais, pela ótica dos fenômenos comunicacionais. Assim, capturar esses processos pelo âmbito das mídias ou a partir da perspectiva interacional, não seria assim tão diferente (BRAGA, 2011).

Porém, de modo geral, os processos de interação ampliam a discussão em torno da ideia de comunicação enquanto fenômeno social. A questão da interação alcança as formas de trocas simbólicas entre os indivíduos, e organização coletiva, até o nível do contato interpessoal, da *relação com o outro*. Seria este o entendimento que possivelmente se encontraria na base da comunicação.

Esta interação seria o que Braga (2011) chama de “interações comunicacionais”, isto é, são atividades humanas e sociais sendo percebidas pelo ângulo da comunicação, inversamente ao que ocorre nas demais áreas do conhecimento em que a comunicação quase sempre é utilizada como um processo que faz funcionar alguma outra instância de interesse social, seja ela, cultural, política, educacional, entre outras.

A interação, portanto, remete a ideia de troca, não de forma unilateral, como um feedback, mas ao aspecto da constante circulação de ações humanas, sobretudo na sociedade midiaticizada. Desse processo, se faz possível o surgimento de algo novo, de algo que está sempre em movimento para um eterno “dever ser”. Assim, seria esta uma comunicação entendida como um processo de abertura, sob uma perspectiva voltada sempre para o adiante. Isto é:

Com a emissão de uma mensagem, seja televisual, cinematográfica ou por processos informatizados em rede social, o “receptor”, após apropriação de seu sentido (o que implica a incidência das mediações acionadas), pode sempre repor no espaço social suas interpretações (BRAGA, 2011, p. 68).

É nesse sentido que a interação comunicacional e a midiatização, podem ser classificados como possíveis questões de natureza própria da comunicação. Os processos de midiatização ultrapassam, contudo, as ações da mídia sobre a sociedade. O que deve interessar mais para a comunicação, por seu turno, é o “movimento do mundo”³ profundamente atravessado pelos processos de midiatização, ou seja, as produções de sentido, o eterno retorno das interpretações comunicacionais dentro e para a sociedade, entre outros requisitos que exigem do pesquisador a vigilante atenção sobre o outro, inserido neste processo de midiatização. Para tanto, é que Marcondes Filho, afirma que:

O pesquisador observa, então, o outro, seja o outro próximo, que a seu lado assiste às notícias e se deixa ou não impressionar por elas, seja o outro distante, as reações registradas pela comunidade de receptores diante de um fato policial, de um resultado de competição esportiva internacional, de um final de telenovela, revelando uma reação emocional coletiva como comunicação. O estudioso desloca-se nomademente por esses territórios à cata de sinais indicativos importantes, ele passeia, vagueia, anda em rodeios e descreve o Acontecimento comunicacional que se realizou num pequeno círculo que se posicionou, que construiu sentidos, diante do novo fato (MARCONDES FILHO, 2009, p. 39).

Mas é importante notar ainda, como bem destaca Braga (2011), que a centralidade da mídia nos estudos sobre comunicação existe devido ao fato de que foi através dela que a sociedade pode “conversar” consigo mesma, além de ter tido grande importância na construção de sentido, de percepção e objetivação da vida em sociedade. Todavia, o pesquisador reafirma que a mídia é um fenômeno empírico, e não representa fator de busca do conhecimento em comunicação, mesmo servindo para análises e estudos de fenômenos do campo comunicacional.

Pode-se afirmar, por conseguinte, que o interesse hegemônico pela mídia passa ao largo da compreensão epistemológica do que pretende o campo da comunicação. Esse entendimento repousa, sim, na ideia de midiatização da sociedade por envolver o âmbito dos processos comunicacionais. Para Sodré (2007), a sociedade midiatizada pode ser entendida como uma nova fase da “sociedade do discurso”, termo esse levantado primeiramente pelo filósofo Michel Foucault.

Foucault se referia ao controle da fala e aos grupos constituídos na sociedade a partir daquele. No entanto, no atual contexto, com a complexificação da realidade, a questão do controle social vai além, alcançando um nível de uma forma de vida

³ Ver, ‘Até hoje ainda não começamos a estudar comunicação’, Ciro Marcondes Filho, 2009, p. 38.

diferenciada, um contexto profundamente enraizado na virtualidade, capaz de mudar a forma de estar e sentir o mundo.

É com essa conjuntura que a comunicação tem que lidar. Com uma realidade que o pesquisador Muniz Sodré classificou como *Bios midiático* ou *Bios virtual*, fazendo referência a *Bios* da Pólis descrita por Aristóteles. Na *Bios virtual*, ocorre uma forma de vida paralela, profundamente intensificada pela tecnologia, e enraizada no sistema mercadológico. É uma forma de vida, portanto, caracterizada por uma realidade imaginada, feita por um processo de espetacularização da vida a partir de um forte fluxo de imagens (SODRÉ, 2006).

A *Bios midiática* é essa sociedade midiaticizada regida pelo mercado e auxiliada por uma forte estetização da vida, sobre a qual nós viemos nos referindo ao longo do texto. É um ambiente capaz de afetar as percepções dos indivíduos sobre a vida social, mas, sobretudo, de neutralizar as tensões comunitárias. É dentro dessa perspectiva que se sobressai o aspecto da interação e vinculação nos processos sociais e comunicacionais, como objetos importantes para a construção de um campo da comunicação que pense e atue sobre essa realidade.

Comunicação como vínculo comunitário

Parece que é dentro desse contexto complexificado e plural que se torna mais urgente pensar a comunicação como um processo que pressupõe a interação social, com destaque para as relações entre os indivíduos. Essa possibilidade converge reflexivamente, portanto, para um relacionar-se que se refere não a uma mera aproximação, mas a um vincular-se em direção ao *outro*.

Relação essa que não requer apenas abertura de concessões a esse outro, mas antes, a entrega mais profunda capaz de unir os indivíduos em um comum, em um vínculo comunitário. É a partir daí, que os dois termos, comunicação e comunidade se entrelaçam e passam a caminharem juntos, pois talvez seja o vínculo o elemento essencial para a comunicação, o objeto do campo em tempos de midiaticização social.

Essa é a ligação proposta por Muniz Sodré em seu Livro “As estratégias Sensíveis – afeto, mídia e política”. O autor sugere que a relação comunitária vai além da

informação veiculada, pois aquela envolve uma relação entre subjetividades. Não por outro motivo que na comunicação existe uma forte presença da dimensão sensível.

O autor critica o fato de que a concepção hegemônica da comunicação ignore essa presença da perspectiva sensível em suas pesquisas, em detrimento do pensamento tecnicista amparado pelo mercado. São por esses termos que Sodré (2006) sugere uma reinterpretação da comunicação, como uma possibilidade emancipatória, isto é, de torná-la mais democrática e desatrelada dos anseios do capital financeiro. Esse é o desafio para a comunicação na contemporaneidade: suscitar primordialmente a compreensão, sendo esta atravessada pelo plano do afeto e da sensibilidade humana.

O Ocidente foi ao longo dos séculos perpassado pela onipotência da razão. O século XVIII foi o período marcado pelo auge do racionalismo cartesiano, regido pelas leis de causa e efeito e pela distinção entre as dimensões da razão e do afeto. A razão era “concebida como lucidez e sabedoria ética implicada na conduta prudente ou sabedoria prática [...] mas também como valor de normatização” (SODRÉ, 2006, p. 25).

Foi em função desse valor que a civilização ocidental avançou em direção a sociedade do controle, como forma de limitar as paixões, enquanto instância de potência de mudança social, partindo da base, do povo. Além disso, “no transe de sua quantificação científica e tecnológica, o mundo moderno começa a suspeitar dos afetos” (SODRÉ, 2006, p. 32).

No entanto, Sodré (2006) sustenta que a razão anda de mãos dadas com a irracionalidade, que, “não raro, porém, a própria razão emerge do afeto [...]. É o convencimento, a persuasão, a sedução, ou qualquer outro nome dado a isso, que preside à racionalidade. O afeto vem primeiro e induz à arquitetura racionalista” (p. 41). É possível que seja ancorado no afeto que as pessoas construam vínculos, estabeleçam relações, se comuniquem.

Na contemporaneidade, é justamente a racionalidade técnica que vem para redescobrir o afeto. Entretanto, seu reaparecimento surge como a mais recente forma de perpetuar as possibilidades de controle social, só que dessa vez por meio de uma estratégia mais radical e precisa: a manipulação da psique humana, através do estímulo ao plano do afeto, e a conquista da emoção fácil. E o principal responsável pela construção dessa estratégia é a mídia espetáculo, que se especializa a cada dia na produção de um espectador dócil, pronto para o consumo.

“Parece que é justamente no plano do sentir que nossa época exerceu seu poder”, destaca Sodré (2006, p.11), referindo-se Mario Perniola⁴. O desenvolvimento tecnológico marcado pelas experiências sensoriais, o cultivo das possibilidades comunicativas baseadas na lógica da sensibilidade humana, dentre outros, são exemplos de que cada vez mais, o plano emocional, afetivo, e das relações sensíveis ganham fortes contornos na atualidade.

Quem exerce esse poder com maestria é a mídia espetáculo que percebeu a força contida na ilusão e emoção, como forma de persuasão em torno de interesses privados e políticos, com os quais mantém fidelidade. A mídia possui um poder central dentro dessa lógica, justamente porque as relações sociais na contemporaneidade são cada vez mais mediadas por imagens. São, contudo, verdadeiros “meios de agir sobre o psiquismo através de uma manipulação combinada de imagens e paixões” (BUCCI e KEHL, 2004, p. 46).

O controle na sociedade contemporânea se dá por meio da produção do desejo. Implica no estímulo a este desejo através do intenso fluxo de imagens, e na sua satisfação a partir consumo do objeto de desejo. É, portanto, um controle alcançado não mais pelo o âmbito do trabalho ou da construção de necessidades, mas sim, com base no entretenimento e no estímulo ao sentimento de prazer através da conquista da mercadoria.

Entretanto, por outro lado, a dimensão do sensível, também é capaz de responder a uma possibilidade emancipadora da sociedade. “Trata-se de reconhecer a potência emancipatória contida na ilusão, na emoção do riso e no sentimento da ironia, mas também na imaginação” (SODRÉ, 2006, p. 38). E foi exatamente a estetização da vida em sociedade, ainda que de forma aliada às instâncias de poder, que trouxe para dentro do debate acadêmico e das Ciências Humanas e Sociais, sobretudo, para o campo da comunicação, as questões do afeto e do vínculo, como possibilidade de repensar a sociedade atravessada pelos processos comunicacionais.

Com efeito, Sodré (2006) afirma que:

por meio do afeto, divisa-se uma teoria compreensiva da comunicação, presumidamente capaz de trazer mais luz ou hipóteses mais fecundas sobre as transformações das identidades pessoais e coletivas, as modulações da

⁴ Filósofo italiano autor da Obra ‘Do sentir’

política e as ambivalências do pluralismo cultural no âmbito da globalização contemporânea (p. 70).

É importante deixar claro que a dimensão do afeto apesar de se desenrolar no plano individual, tem a força de empurrar o indivíduo para dentro de uma perspectiva coletiva, isto é, capaz de inseri-lo dentro de um movimento que o faça ultrapassar sua individualidade. A potência sensível é, nesse sentido, “inseparável do pensamento e da ação no interior de um comum” (SODRÉ, 2006, p. 68).

Por tudo isso é possível afirmar que é através da dimensão sensível na comunicação que se vislumbra a possibilidade de construção do vínculo comunitário. E é essa a perspectiva que se busca na contemporaneidade, quando um dos principais desafios da humanidade se impõe a partir da convivência com o outro, com a diferença. Para tanto a formação de um espaço público baseado no vínculo social se revela urgente. É então onde se encontra o papel de uma comunicação pensada para além da ideia de informação, compreendida como um espaço capaz de realizar constantes negociações com contraditórios.

Entretanto, as formas comunicacionais ainda funcionam na direção contrária dessa proposta. Assim, Marcondes Filho (2010) critica:

Os grandes sistemas sociais (rádio, televisões, jornais, revistas, divulgação pública e comercial), difundem mensagens diversas, mas não comunicam. (...) As formas modernas de contato entre pessoas, as imagens de cada um que podem ser veiculadas pela Internet, os telefones celulares, as câmaras que capacitam qualquer um a fazer um filme sugerem que as pessoas assim aproximem-se mais, conheçam-se mais. Mas eles iludem. É difícil fazer compartilhar um sentimento, uma preocupação, uma dor. Mais difícil ainda, senão impossível, é trazê-lo para dentro de nós (p. 98).

Por esta razão, mais do que em qualquer outro momento da história, o horizonte que se busca está no *Outro*. Esse é o projeto comunicacional que se espera. Que se privilegie o encontro, a interação entre os indivíduos. E não um encontro de iguais, pois isso não representa um exercício de convivência como propõe essa mais recente perspectiva sobre a comunicação, mas sim, a convivência com a diversidade.

Essa proposta de convivência entre os indivíduos é que invoca a ideia de comunidade para dentro do campo comunicacional ainda em constituição. Através dessa perspectiva é possível visualizar a comunicação enquanto “ser em comum”. Para Muniz Sodré (2006), contudo, é possível vislumbrar uma dimensão mais compreensiva para

comunicação, com vistas no sentimento de comunidade. “Assim, a comunidade, enquanto ideia originária da diferenciação e da aproximação, é a questão subsumida no conceito de comunicação” (p. 93).

A noção de comunidade utilizada aqui pressupõe a ideia do deixar-se vincular, aspecto esse defendido por alguns filósofos comunitaristas a respeito de Jean-Luc Nancy. Este parte do pressuposto de que os indivíduos são sem essência, isto é, sem uma substância que os defina, que os preceda. E é em cima disso que criamos nossa existência. Assim, como não há o que compartilhar, é que a comunidade sustentada por Nancy compartilha o nada-em-comum. É uma comunidade aberta à pura experiência, sem predeterminação, sem nada que a defina, e que a confine dentro de uma identidade.

Com base nisso, Nancy (2000) afirma que a comunidade é a própria relação, é o “ser-em-comum”. E isso não é alguma coisa, é antes um nada. Pois um nada não pode ser definido, enquadrado. É daí que o autor denomina esta forma de compreender comunidade como “inoperante”, ou seja, a ideia de que a comunidade deva existir sem um propósito definido, que ela seja um puro devir.

É justamente essa a ideia que vem sendo resgatada por alguns estudiosos da comunicação que defendem, sobretudo, a construção do campo científico para aquele. Uma comunicação entendida como uma relação, um acontecimento em que dois seres participam e extraem dessa participação algo novo, que não estava em nenhum deles, e que faz surgir uma terceira coisa que não existia antes. É disso que resulta o processo de pura relação: a possibilidade de um devir, do “algo que vem”. É uma comunicação entendida como um processo que move o mundo, que está enraizado na realidade social, e que é capaz de ultrapassar a questão técnica em que ela ainda se encontra submersa, e a impede de se constituir como um campo do conhecimento humano.

O problema da comunicação está justamente em perceber esse movimento, esse processo em que ocorre o encontro entre planos subjetivos. Como afirma Ciro Marcondes Filho (2010), são os aspectos sensíveis do momento da interação que precisam ser considerados, pois sua importância consiste exatamente na ocasião em que se realizam, e devem ser compreendidas enquanto transitam.

O pesquisador é um dos grandes defensores da ideia de que a comunicação deve ser considerada efetivamente como interação. De acordo com ele, é a partir da relação e interação social que surge esse algo inteiramente novo. Para tanto, ele afirma que:

A comunicação não é ontológica no sentido de não ser algo estável, fixo, consistente; nela nada se transfere, ela não é “uma coisa”, menos ainda uma coisa única que como vai, assim é recebida. Por isso, “não sendo nada”, ela não pode encerrar nenhuma verdade, não pode ser “traduzida” (MARCONDES, FILHO, 2010, p. 15).

Essa proposta se efetiva quando se vislumbra que a base que sustenta os processos de interação social, e a relação com o outro, é a força vinculativa. É por isso que é possível inferir o vínculo comunitário como um objeto da comunicação. Vínculo este que, por sua vez, parte de um plano sensível, da dimensão do afeto, isto é, o sentimento afetivo como a “argamassa” que dar sustento e forma a este vínculo comunitário. Noção esta sustentada pelo pesquisador Muniz Sodré, entre outros autores da área que buscam expandir os limites impostos pelo mercado à comunicação, a fim de construir um campo científico para aquela, que se proponha a agir sobre uma sociedade profundamente mediatizada.

Considerações finais

A constituição do campo da comunicação ainda tem um longo caminho a percorrer. Porém, alguns passos já estão sendo dados para sua efetivação, e a direção que vem sendo buscada é ao encontro de uma comunicação construída sobre pilares mais humanos, com maior capacidade de compreender os processos sociais de forma a atuar sobre eles.

E essa perspectiva mais humana se constrói com base naquilo que vem sendo esquecido pelos contemporâneos, submersos numa vida cada vez mais fragmentada e individualizada: o vínculo comunitário. Esta que pressupõe, por sua vez, a possibilidade do exercício da convivência, tarefa cada vez mais difícil de ser executada no mundo pós-moderno.

Mas apesar de parecer um contrasenso, foi justamente essa sociedade contemporânea, profundamente mediatizada e estetizada que trouxe para dentro dos jogos das relações humanas a ideia da interação e relação social como objeto de grande preocupação das Ciências Humanas e Sociais, especialmente a comunicacional que

representa a força motora a impulsionar esses processos sociais, por meio da mediação.

Como afirma Muniz Sodré (2006):

Na nova “sociedade da cultura” que implica no cultivo das possibilidades sensoriais, insere-se a problemática da comunicação em uma epistemologia compreensiva em busca de um sentido emancipatório diante da hegemonia do mercado. [...] O desafio epistemológico e metodológico da comunicação enquanto práxis social é suscitar compreensão, um conhecimento e ao mesmo tempo uma aplicação (p. 15).

Com efeito nunca antes na história pareceu ser tão importante se ater ao plano cada vez mais “micro” da sociedade. A observação dos processos engendrados pelos indivíduos em suas vidas comunitárias vem ganhando relevo como forma de compreender a roda do mundo de forma mais profunda, mais próxima das ações dos indivíduos e de suas vidas cotidianas.

E a existência humana é impossível ser pensada, na atualidade, sem antes considerar os processos comunicacionais, tão enraizados no curso na vida. São por esses termos que este artigo trouxe para o debate a possibilidade vinculativa e da interação social, como um dos aspectos fundamentais para a construção de um objeto para o campo da comunicação, capaz de por em questão e problematizar a vida em sociedade. Pois é esta a função de uma ciência das humanidades, compreender o mundo e agir de forma transformadora sobre ele.

Referências

BRAGA, José Luiz. **Os estudos de interface como espaço de construção do campo da comunicação**. XIII Compós, Porto Alegre, 2004.

_____. Constituição do Campo da Comunicação. In: **Revista verso e reverso**, Vol. XXV, n. 58. Rio Grande do Sul, 2011.

BUCCI, Eugênio e KEHL, Maria Rita. **Videologias: ensaios sobre televisão**. São Paulo: Boitempo, 2004.

DUARTE, Eduardo. Por uma epistemologia da comunicação. In: LOPES, Maria Immacolata Vassallo (Org). **Epistemologia da Comunicação**. São Paulo: Editora Loyola, 2003.

MARCONDES FILHO, Ciro. Até hoje ainda não começamos a estudar comunicação. In: **Revista Comunicare**, Vol. 9, n. 01. São Paulo, 2009.

_____. **Até que ponto, de fato, nos comunicamos?** São Paulo: Paulus, 2010.

NANCY, Jean-Luc. **La Comunidad Inoperante**. Santiago de Chile: Escuela de Filosofía Universidad ARCIS, 2000.

PRADO, José Luiz Aidar. O campo da comunicação e a comunicação entre os campos na era da globalização. In: LOPES, Maria Immacolata Vassallo (Org). **Epistemologia da Comunicação**. São Paulo: Editora Loyola, 2003.

SODRÉ, Muniz. **As estratégias Sensíveis: afeto, mídia e política**. Petrópolis: Vozes, 2006.

_____. Sobre a episteme comunicacional. In. **Revista Matrizes**, nº 1, outubro 2007