

Nas trilhas do Acontecimento Comunicacional de Ciro Marcondes Filho

On the trails of Ciro Marcondes Filho's Communicational Event

Tras las huellas del Evento Comunicacional de Ciro Marcondes Filho

Tarcyanie Cajueiro Santos

Universidade de Sorocaba (UNISO)

<tarcyaniecs@gmail.com>

Resumo

Este trabalho é uma reflexão sobre aspectos da Nova Teoria da Comunicação, desenvolvida por Ciro Marcondes Filho, durante os últimos 20 anos. Na medida do possível, relaciono o que o autor compreendia por comunicação com algumas de suas atividades de pesquisa através de leituras e análises ancoradas em suas produções. Também apresento o seu conceito de comunicação, levando em conta os aspectos ontológicos e epistemológicos lançados por esse grande pensador, visando mostrar a importância do seu pensamento.

Palavras-chaves: Acontecimento Comunicacional. Metáforo. Ciro Marcondes Filho.

Abstract

This work is a reflection on aspects of the New Theory of Communication, developed by Ciro Marcondes Filho, during the last 20 years. As far as possible, I relate what this author understood by communication with some of his research activities through readings and analyzes anchored in his productions. I also present his concept of communication taking into account the ontological and epistemological aspects launched by this great thinker, aiming to show the importance of his thought.

Keywords: Communicational Event. Metáforo. Ciro Marcondes Filho.

Resumen

Este trabajo es una reflexión sobre aspectos de la Nueva Teoría de la Comunicación, desarrollada por Ciro Marcondes Filho, durante los últimos 20 años. En la medida de lo posible, relaciono lo que este autor entendió por comunicación con algunas de sus actividades de investigación a través de lecturas y análisis anclados en sus producciones. También presento su concepto de comunicación teniendo en cuenta los aspectos ontológicos y epistemológicos lanzados por este gran pensador, con el objetivo de mostrar la importancia de su pensamiento.

Palabras clave: Acontecimiento Comunicacional. Metáforo. Ciro Marcondes Filho.

Introdução

Conheci Ciro Marcondes Filho em 1997, na Escola de Comunicações e Artes, da Universidade de São Paulo, como aluna do mestrado nessa instituição. Ele me impressionava por sua perspectiva questionadora e mesmo subversiva no tocante aos fenômenos comunicacionais e ao pensamento científico. As perguntas que fazia eram simples e escancaravam a obviedade

pela qual nos conduzíamos entre os mais variados discursos e posicionamentos, não apenas em nossa área, como também em aspectos da vida, por assim dizer. Quando o mar estava aparentemente calmo, lá vinha esse titã avisar que, sob essa aparência de tranquilidade, havia um maremoto se formando, de modo que a calma seria apenas uma vã ilusão. Suas provocações eram desafiadoras e mexiam com nossas crenças,

certezas e humores, e isso nos diversos temas nos quais atuou.¹ Sobre esta sua busca incessante de olhar para as lacunas, as dobras do saber, por assim dizer, Dennis de Oliveira (2020) menciona que nos anos 1980, enquanto as críticas ao jornalismo hegemônico “se concentravam no espaço ideológico, como se o principal objetivo fosse manipular consciências, parecendo muito uma teoria da conspiração”, Ciro Marcondes Filho publicava o livro *O capital da notícia: jornalismo como produção social da segunda natureza* (1986), defendendo a ideia de que por ser produto de uma empresa como outra qualquer, o principal objetivo do jornalismo hegemônico seria vender seu produto.

Este artigo se propõe a refletir sobre alguns aspectos da Nova Teoria, desenvolvida por Ciro Marcondes Filho, cuja proposta é a construção de um conceito de comunicação aplicável a todos fenômenos da comunicação, como os presenciais; em salas de aula; veiculados pelos meios de comunicação; orientados a públicos específicos, como teatro, artes, cinema, dança e os da internet. Na medida do possível, relaciono o que Marcondes Filho compreendia como comunicação com algumas de suas atividades de pesquisa, a partir de um olhar de quem participou, em algum momento, desse processo, porque o pensamento para ele nunca cessa, sempre está em formação, em interrogação. Um exemplo disso foi a intensa e constante reformulação em sua teoria ao longo dos anos, repensando a comunicação em sintonia com as intensas

transformações que as tecnologias informacionais impuseram ao início deste século. Marcondes Filho não apenas produziu muito, mas foi um grande comunicador científico, que procurou divulgar seu pensamento para além da academia, com livros didáticos, programas de rádio e encontros com pesquisadores para debater temas relevantes; além disso, com ineditismo, criou uma rede de grupos de pesquisa em comunicação, que realizou encontros regulares com vistas à aproximação de pesquisadores, pós-graduandos e estudantes em geral da área de Comunicação no país, abrangendo autores internacionais.

Ciro Marcondes Filho está entre os intelectuais brasileiros que mais batalharam para que o tema “o que é comunicação” fosse debatido nas faculdades de comunicação, com a proposta de tornar a comunicação um campo autônomo do conhecimento. Para ele, a comunicação não vinha sendo discutida nos cursos de comunicação, pois o que havia tradicionalmente era um olhar de outras áreas do saber sobre essa ciência. Isso pode ser visualizado por meio das inúmeras teorias de comunicação com as quais os alunos de graduação depararam ao longo da sua trajetória acadêmica, revelando um olhar sobre o que é a comunicação a partir de áreas específicas do saber, como a sociologia, história, teorias linguísticas, psicanálise, psicologia, ciência política e antropologia. A isso Ciro denominou medialogia, ou seja, estudos dos *mass media* e dos meios eletrônicos e não propriamente o estudo da comunica-

1 Ciro possui uma obra vastíssima, em diálogo com diversos saberes e temáticas, desenvolvida ao longo de mais de 40 anos de atividades intensas na área. Diante disso, apoio-me no artigo de Martino e Marques (2021, p.4), que produzem um roteiro didático, mas nem por isso, raso, do pensamento desse autor, trabalhando a partir “quatro eixos desenvolvidos em suas obras: (1) estudos sobre mídia, poder e ideologia; (2) estudos de jornalismo (3) a nova teoria da comunicação e (4) livros didáticos e de divulgação”.

ção, enquanto um fenômeno específico de um saber com seu objeto e metodologia. Na comunicologia, a comunicação é discutida na perspectiva do sujeito, como um processo humano que pode ou não ser mediado pelos *media*. E para esse empreendimento, ele se apoia na filosofia, pois ao não ter objeto concreto, esse tipo de conhecimento dá suporte às bases do seu pensamento, constituindo-se como um alicerce conceitual sobre o qual a comunicação é pensada tanto do ponto de vista ontológico, quanto epistemológico.

O presente texto se divide em duas partes: na primeira, procuro mostrar o que parece ter sido a obsessão desse grande pensador durante os últimos 20 anos de sua vida. O interesse pelo sentido e a compreensão do que é a comunicação apareceram muito cedo e foram tomando forma ao longo de um percurso produtivo e intenso, que culminou com a Nova teoria por ele desenvolvida e exaustivamente divulgada, por meio de uma imensa publicação de suas obras em revistas e livros, nas suas participações em congressos, redes de pesquisa, eventos acadêmicos e palestras pelos programas de comunicação no Brasil e internacionalmente. Reflito ainda sobre seu conceito negativo de comunicação levando em conta os aspectos ontológicos e epistemológicos lançados por esse grande pensador, apresentando o seu “quase método”, e como se constituiria uma experiência metapórica. Por último, nas considerações finais, apresento algumas considerações sobre a Nova Teoria e o le-

gado desse incansável e grande intelectual brasileiro, apontando as suas importantes contribuições para a área e o pensamento comunicacional.

Ciro, a comunicação e onde tudo começou

O interesse pela comunicação e a tentativa de compreender esse fenômeno acompanhou *Ciro Marcondes Filho* desde cedo. Em sua palestra na faculdade Casper Líbero, na Segunda Edição da Quinta Essencial,² em 2017, ao lembrar o pensador *Ludwig Klages*, para o qual o eu não realiza nada, apenas participa de um mundo onde as coisas acontecem e o atravessam, *Ciro* fala que a sua investigação sobre a comunicação decorreu dos fatos que o desestabilizaram, tirando-o de sua paz. Seu interesse pela comunicação começou na sua formação em jornalismo e em ciências sociais, cursados na Universidade de São Paulo, mais especificamente por meio do contato com o seu orientador *Gabriel Cohn*, que foi um dos primeiros a introduzir o tema no Brasil, nos idos de 1960. Um detalhe importante e aparentemente controverso aparece quando *Ciro Marcondes Filho* fala que sua necessidade de conhecer melhor a comunicação derivou desse contato na área de sociologia e não, segundo o próprio, na Escola de Comunicações e Artes, enquanto aluno no curso de jornalismo. Em suas palavras, “Eu estudava na Escola de Comunicações e Artes da USP, mas havia constatado que a escola de comunicações da USP não ensinava comunicação, por paradoxal que

2 A 2ª edição do Seminário “Quinta Essencial” reuniu, na Faculdade Casper Líbero, em 2014, cinco pesquisadores com o objetivo de debater suas propostas para a Epistemologia da Comunicação: *Ciro Marcondes Filho* (USP), *José Luiz Braga* (Unisinos), *Lucrecia D’Alessio Ferrara* (PUC-SP) e *Norval Baitello Junior* (PUC-SP).

fosse, o que me fez sair em busca de outras fontes” (MARCONDES FILHO, 2017, p. 4). Por isso ele foi fazer seu doutorado na Alemanha, “onde se dizia na época que estariam os principais pesquisadores da comunicação” (MARCONDES FILHO, 2017, p. 4). Nessa época, seu interesse residia nas relações entre comunicação e política, de modo que suas pesquisas focavam nas formas contra-hegemônicas de comunicação na Alemanha nazista e pós-guerra, no Chile pós-golpe e em Estados europeus, que passaram a vivenciar as aberturas democráticas dos meios de comunicação às iniciativas populares. Interessado por essas questões, um dilema o perseguia: “Por que as sociedades elegem tiranos que depois irão trucidá-las? Por que as forças democráticas não conseguem convencer com a mesma facilidade grandes contingentes da população? O que há de errado com a comunicação?” (MARCONDES FILHO, 2019, p. 169).

De volta ao Brasil, alguns anos após seu doutorado, ele funda o grupo de pesquisa NTC – Centro de Estudos e Pesquisas em Novas Tecnologias, Comunicação e Cultura, que traçava uma discussão muito interessante sobre diversos temas que se relacionavam com as novas tecnologias comunicacionais e informacionais. A proposta era, como está escrito no livro *Pensar pulsar*, de 1996, considerada por ele, como “a obra coletiva mais importante desse período”,³ de “refletir as pulsações. Ir a fundo no estudo das vibrações, da cintilação, do movimento contínuo desta sociedade tecnológica, que se impõe a um novo século” (1996, p. 7). Investigar a realidade que se instalou sob o signo da comunicação e da

informação, em sua velocidade e agitação ininterruptas, colocando em xeque os paradigmas mestres, que até então orientaram e serviram como receituário para pessoas em diversas partes do mundo. Ao colocar o pensamento em movimento, acatando a desordem, a perturbação e a transformação de uma época incerta e acachapante, para dizer o mínimo, essa produção, assim como as posteriores, abandona os sistemas de pensamento fixos, lançando-se em na aventura de um saber aberto ao imponderável. “Um saber do e no movimento” (MARCONDES FILHO, 2019, p. 170).

Segundo ele, a comunicação aparece como uma área de saber no século XX em decorrência do surgimento de aparelhos de registro e de reprodução humanos, como câmera fotográfica, fonógrafo, cinematógrafo, além de outros *gadgets*. Nas palavras do pesquisador (MARCONDES FILHO, 2019, p. 172), “eles passaram a questionar a imortalidade, criaram um novo mundo, um mundo paralelo, das imagens, fantasias e sonhos projetados, e, com isso, colocaram as tecnologias no primeiro plano”, desbançando o homem de sua primazia. A comunicação como uma área de saber que precisa ser estudada desponta quando se torna um problema, um fenômeno à parte, e talvez mesmo, um enigma a ser desvendado.

O que existia aí era a percepção de que a sociedade tecnológica e seus tentáculos colocava a tarefa de se pensar sob novos ângulos, na medida em que ela impunha novos cenários, novos personagens, novos atos. Não se tratava de entender o evento comunicacional, pois, nesse momento, Ciro Marcondes Filho ainda não tinha desenvol-

3 Durante sua existência, o NTC produziu a Edições NTC, ainda em atividade, que publicou três obras na área e criou uma rede nacional de 11 núcleos congêneres nas principais cidades brasileiras.

vido a sua Nova Teoria, apesar de achar que as teorias da comunicação não davam conta de explicar o fenômeno comunicacional. Esta apareceu para ele, tal qual um lampejo, no momento em que compreendeu que algo novo surgiu de encontros e debates com seus alunos de pós-graduação. Deixo o próprio Marcondes Filho falar:

É que no calor dessas discussões acadêmicas, relativas aos temas de aula ou da atualidade, desse nosso encontro informal e absolutamente desprezioso, ideias inesperadamente apareciam e abriam nossas mentes, fato esse que me deu uma primeira luz. Eu diria que esse foi o episódio inaugural que me fez pensar que comunicação não era algo do dia a dia. Fruto da evolução de nossa discussão, de nosso tema, uma ideia inesperada aparece, um insight brilhante se coloca e causa um verdadeiro tranco em nossa trivialidade. Esse pequeno incidente foi, para mim, como uma iluminação, um acontecimento, algo que me fez ver que o novo surge daí, desse encontro inesperado e não programado, desse jogo de fala e contribuições, que, em espiral, produz o novo, aquilo que não estava na cabeça de ninguém, mas que se impõe a nós. Ou seja, um ato comunicacional. (MARCONDES FILHO, 2019, p. 170).

Marcondes Filho, após um ano na França onde fez o seu pós-doutorado, quando retornou, em 2000, dissolveu o NTC e criou o Núcleo de Estudos Filosóficos da Comunicação – Filocom, com o intuito de buscar aprofundar os estudos de comunicação e desenvolver uma metodologia específica de

trabalho na qual a comunicação surgia desse novo. Ele diz que nesse momento duas ideias o despertaram sobre o tratamento do tema: a improbabilidade da comunicação, hipótese de Niklas Luhmann, que o alertou para o fato de que a comunicação era algo improvável, e o “fez pensar que era preciso investigar um pouco mais a fundo para entender em que situação a coisa se realiza” (MARCONDES FILHO, 2017, p. 5). A outra ideia, que de certa forma complementava anterior, é derivada de Lucien Sfez, para o qual, “nunca se fala tanto de comunicação quanto numa sociedade que não sabe mais comunicar-se consigo mesma, cuja coesão é constatada, cujos valores se desagregam, uma sociedade que símbolos demasiado usados não conseguem mais unificar” (SFEZ, 1994, p. 20).

A partir dessa época, ele deu continuidade a uma série de cursos na Escola de Comunicações e Artes, intitulada Nova Teoria da Comunicação. Ao buscar estudar a comunicação a partir do homem e de seu relacionamento com o outro e não, citando ele, “um olhar da ‘perspectiva de Deus’” (VIEIRA; MARCONDES FILHO, 2019, p. 172), Ciro Marcondes Filho menciona que o percurso da Nova Teoria foi o de uma revisão geral da história da filosofia, buscando tangenciar o fenômeno da comunicação e não dos estudos de linguagem, que são conhecimentos distintos. Para ele, “a filosofia era fonte de tudo: de nossas ideias, nossos valores, nossos comportamentos, nossa sensação de prazer e dor [...]”. E vai além, ao afirmar que “a filosofia é um apoio para se viver. E, de certa maneira, nos traz esse respaldo que a realidade exige para que continuemos a viver e a apostar no futuro. É mais um instrumento, uma ferramenta do que ensinamen-

tos imutáveis e prontos” (MARCONDES FILHO, 2019, p. 171). A filosofia era, desta forma, o pano de fundo sobre o qual o pensamento desse autor tomava forma em virtude da possibilidade que ela dava de alçar novos voos. Marilena Chauí diz em seu livro *Convite à filosofia* que a filosofia é uma reflexão radical “porque é um movimento de volta do pensamento sobre si mesmo para conhecer-se a si mesmo, para indagar como é possível o próprio pensamento”. E mais, “a Filosofia não é ciência: é uma reflexão crítica sobre os procedimentos e conceitos científicos” (CHAUÍ, 1999, p. 14-15). E era isso que o Marcondes Filho fazia – uma reflexão crítica sobre a comunicação e ao mesmo tempo a tentativa de formulá-la como conhecimento, uma nova maneira de se fazer ciência, aberta ao imponderável porque preocupada com um conhecimento que olha o homem buscando abrir-se a novos caminhos.

A partir desse momento, ele passou a desenvolver o Projeto Temático, financiado pela Fapesp, “Por uma teoria da comunicação para a era tecnológica”, de 2000 a 2004. Nesse projeto, ele produziu uma trilogia, cujo primeiro volume apresentou uma introdução às filosofias da linguagem, das técnicas, às teorias e discutiu uma nova metodologia para estudos de comunicação diante das novas tecnologias. O segundo volume investigou o sentido, a interpretação e a complexidade (a partir de Deleuze, Derrida e Luhmann, entre outros). O terceiro findava com a proposta da “Razão Durante”, segundo a qual, nas palavras de Ciro:

(a) comunicação é um processo complexo, onde nem tudo é signo ou significante; (b) sua forma direta, irradiante ou espectral é sempre uma “hecceida-

de”, encontro único de vetores próprios e irrepetíveis; c) a produção do novo só é possível no quadro dos processos “durante”; d) as novas tecnologias reorganizam radicalmente o cenário clássico das comunicações e exigem um novo enfoque, e, finalmente, e) urge, para a nova realidade, um novo método de estudo e pesquisa, apropriado ao nosso tempo e a um uso espontâneo e democrático da comunicação em todos os seus níveis. Eis aqui os aspectos fundamentais e primeiros da Nova teoria. (MARCONDES FILHO, 2003).

Nela, a comunicação é considerada um processo, uma combinação de vetores sociais, históricos, subjetivos, culturais e tantos outros que ocorrem a partir do atrito dos corpos (MARCONDES FILHO, 2004a, p. 15), na interação do eu com o outro e “pelo qual surge algo verdadeiramente novo” (MARCONDES FILHO, 2011, p. 171). A comunicação não é transparência, ou otimização de informações, pois surge através da negação de padrões, introduzindo um elemento perturbador. Marcondes Filho questiona a visão ontológica da comunicação que a vê como uma coisa, uma materialidade. Para ele, não existe uma verdade embutida na comunicação de modo que comunicar não é se desfazer de nada, nem transmissão de uma mensagem, mas um processo multiplicador, um tipo de vivência, uma experiência que nos desarranja e que, ao nos incomodar, leva-nos a pensar. Não considera a comunicação em uma perspectiva matemática, na qual haveria uma transmissão de informação entre o emissor, a mensagem e o receptor.

A comunicação não se baseia em uma

troca, como um esquema de caixinhas ligado por fios que enviam informação de um polo ao outro. A comunicação é um acontecimento insondável, porque o sentido que o outro produz com a mensagem é diferente daquilo que lhe foi enviado. “O que o outro vai receber de mim ele vai, na verdade, criar em cima disso. Na verdade, ele vai produzir algo que é dele, que já não é mais aquilo que eu passei” (MARCONDES FILHO, 2017, p. 42). Essa criação de algo próprio pressupõe que a pessoa não saia desse encontro do jeito que entrou, que algo tenha se modificado nela, de modo que novos tipos de arranjo tenham sido produzidos em sua interioridade. Marcondes Filho “diria até que, na comunicação, depois apreendermos esse fenômeno, o novo passa a nos constituir, passa a fazer parte de nós, a ser nós” (MARCONDES FILHO, 2019, p. 19). Isso quer dizer que a comunicação não é algo tão frequente como supõe o senso comum, ocorrendo raramente, na medida em que vai além de um efeito físico-sensório ou sensório-motor, alterando qualitativamente a visão de mundo daquele que se abriu à experiência da alteridade. Sobre isso, Marcondes Filho diz que o acontecimento comunicacional não ocorre necessariamente na presença de pessoas, “já que os próprios objetos ‘falam’, na medida em que são extensões delas e, por isso, têm a capacidade de nos chocar” (MARCONDES FILHO, 2019, p. 20). É o caso, por exemplo, de um livro que lemos, um filme que vemos, uma melodia que escutamos e repercutem dentro de nós, provocando transformações.

O mundo se apresenta a nós com sinais, de modo que existir é sinalizar; no entanto, nem tudo que sinaliza ou emite sinais encontra uma recepção. Esta ocorre ora como

informação, ora como comunicação, dependendo do modo como nos relacionamos com ela. Enquanto a informação é da ordem da conservação, servindo para reforçar nossas próprias convicções, a comunicação aparece como desestabilizadora, ao promover mudanças, nos confrontando com o novo. Uma é adversativa, outra, aditiva. Uma serve para alimentar nossas certezas, oferecendo-nos a sensação de segurança, ao confirmar as nossas crenças, como é o caso das “bolhas” compostas por grupos, que seguem seus influenciadores para referendar as próprias opiniões. Outra, a comunicação, aparece com a força de uma violência que nos arrebatam, causando uma sensação incomoda de “perda de chão”, desestabilizando nossas crenças, deixando em seu lugar um sentimento desconfortante de estranhamento, ao entrar em contato com algo novo e diferente. Aquilo que passa a ser incorporado ao eu, por ser algo desconhecido, que rompe com noções constituídas, com crenças dadas como verdadeiras, proporcionando uma abertura da mente ao outro, ao diferente. Esse fenômeno de abertura à alteridade e mudança qualitativa promovido pela comunicação pode ocorrer de formas opostas, como no decorrer de um curso, no qual aos poucos incorporamos um novo olhar; ou, por outro lado, na leitura de um livro que nos impacta, tirando-nos do nosso conforto:

Ou ela se dá a partir de um choque inicial, que nos põe frente a frente com um fato transformador, e que nós vamos ‘digerindo’ lentamente até nos acostumarmos à nova posição, ao novo sentido, ou ela tem que ser insistida, repetida, renovada, até quebrar nossa resistência anterior e provocar

a virada. (MARCONDES FILHO, 2017, p. 43).

A comunicação só ocorre com a presença do outro, enquanto alteridade radical, “mistério”, através de uma violência que provoca a diferença, porque o outro é acolhido e incorporado ao eu, na medida em que o ego é esvaziado. Mas é incorporado na diferença, no atrito dos corpos, no espaço do *entre*, quando se entra em contato com a coisa, produzindo sentidos que só ocorrem uma vez. Como totalidade, ato único e indivisível, a comunicação surge como um acontecimento que não se repete jamais, possuindo os que se deixam levar por esse “momento mágico”.

Pelo fato de ocorrer no momento de sua realização, no vivenciar do acontecimento comunicacional e não depois, a pesquisa em comunicação não pode ser feita pela metodologia convencional. Ter um método de pesquisa é estar aprisionado em um caminho lógico predeterminado, em uma atitude de domínio e fixidez sobre o objeto que deve ser subsumido ao sujeito do conhecimento. Ao criticar essa visão clássica de ciência, a epistemologia trabalhada por Marcondes Filho rompe, deste modo, com a tradicional relação entre sujeito e objeto. “A comunicação é algo muito mais sutil e de difícil entendimento, porque ela não está apenas na esfera do discurso (nomeando-a nós a aprisionamos e assim a esvaziamos), mas no campo do sentir” (SANTOS, 2013, p. 33).

Diante da suposição de que a comunicação se dá como um acontecimento, tendo sua existência, seu efeito e sua força na fração de tempo de sua realização, esse autor cria uma epistemologia sustentada em um “quase-método” ou metáporo (meta + po-

ros), que é a forma de se produzir conhecimento em comunicação, a partir da vivência do fenômeno. Não poderia ser de outro modo, já que a comunicação é uma investigação do ininvestigável, sempre fugindo de nós, nos escapando. Marcondes Filho retoma Sarah Kofman, para quem a pesquisa não deveria se apoiar em um método fixo e repetitivo, mas abrir caminho por espaços que possibilitem aberturas e “os poros são a única coisa que podem conduzir da obscuridade à luz”. [...] É a chance que os fatos dão ao observador de aparecerem. E que exigem, desse mesmo observador, malícia, astúcia, esperteza, atenção” (MARCONDES FILHO, 2010, p. 260-261). No metáporo, os poros, sulcos e bolhas estão abertos, esperando por aquele momento de realização, nunca repetível, tampouco idêntico, tal como um acidente único. “A pesquisa comunicacional é a investigação de como um produto cultural nos atinge, de como a coisa repercute em nós, do que sofremos com ela, que alterações sofremos” (MARCONDES FILHO, 2013, p. 58).

Para Marcondes Filho, o procedimento metapórico é um processo que ocorre em três momentos: o primeiro é o momento da vivência, quando o objeto comunicacional (livro, música, cinema, aula, fotografia etc.) atinge o pesquisador, mexendo com ele. Esse é o momento da observação da ocorrência do fenômeno, podendo o observador se colocar como objeto da observação para sentir os efeitos comunicacionais em si próprio. O segundo é a captura de como nos abalamos, realizado no tempo intermediário, ao que este autor chama de incubação, no qual a mente sente o incômodo, a reverberação, o impacto do processo comunicacional, na medida em que se é impelido a participar desse processo, saindo

da indiferença. A observação comunicacional prescinde deste tempo de parada, de silêncio, do desaparecimento da comunicação, “[...] do calar das vozes, do escuro das telas, do branco das paredes, da cortina do teatro, da última capa do livro fechada” [MARCONDES FILHO, 2019, p. 8]. Não há uma rota, um percurso, mas um perder-se do pesquisador seguindo o fluxo do movimento. Por último, é o momento da apresentação do que foi vivenciado, podendo ser um testemunho, uma obra produzida ou um relato do que aconteceu, fechando o procedimento da pesquisa, ao legitimá-la como um saber. O grande desafio do pesquisador é a capacidade narrativa de transpor para o relato não somente o acontecimento comunicacional, mas também tudo aquilo que o envolveu, acompanhando o seu desdobramento. Isso porque o sentido emerge no momento da realização do acontecimento, podendo explorar conexões, aproximações e paralelismos do objeto observado, mas não explicações causais. “O relato metapórico, dessa maneira, aproxima-se da produção literária, na qual se tenta atingir certa qualidade estética e artística do texto, necessária para que o leitor faça uma imersão plena na realidade que está sendo descrita” (MARCONDES FILHO, 2014, p. 142). Trata-se de enfrentar a pesquisa por meio da intuição e da abertura dos sentidos ao outro, à “carne do mundo”, no dizer de Merleau-Ponty (2006), sentindo a coisa por dentro.

Por conseguinte, a partir dessa pesquisa monumental, Marcondes Filho observa que a comunicação não era tema ou preocupação no passado e só agora, na emergência das tecnologias e das mudanças sociais, tornou-

-se o tema principal da contemporaneidade. A comunicação como uma área de saber que precisa ser estudada desponta quando se torna um problema, um fenômeno à parte e, talvez mesmo, um enigma a ser desvendado. Ele adverte que a instalação de uma intensidade e quantidade enormes de aparelhos tecnológicos para comunicar exacerbava o fenômeno da incomunicabilidade, que se tornou o grande dilema de nossa época, tema que foi trabalhado no projeto temático de pesquisa “O dilema da incomunicabilidade”, de 2009 a 2014. Nesse projeto, ele parte do pressuposto de que entre a intenção de se comunicar e o ato em si da comunicação há uma distância excepcional. Parte da hipótese de que a profusão de aparelhos de comunicação expõe a angústia da incomunicabilidade humana, tornando-se o grande dilema desta época, que se expressa do ponto de vista subjetivo, interpessoal e social.

No campo das formas sociais, expresso pela difusão de massa, ocorre na difusão e transmissão de notícias, informações diárias de sinais, que mais amortecem do que propriamente produzem transformações, ou seja, comunicação. Tratou da comunicação eletrônica e das dificuldades de comunicação ocorridas nessa plataforma. No campo intersubjetivo, “a incomunicabilidade efetiva-se como diferença inconciliável entre os sexos, tomando-se como pressuposto que a sexualidade masculina não reconhece a particularidade comunicacional lógica e existencial do feminino (...)”⁴ Por último, no campo individual e subjetivo, a incomunicabilidade se expressa pela dificuldade ou mesmo “impossibilidade radical de sair de

4 Biblioteca Virtual da Fapesp. Disponível em: [https://bv.fapesp.br/pt/pesquisa/buscaador/?q2=\(id_pesquisador_exact%3A569\)%20AND%20\(auxilio:%20AND%20situacao:%22Conclu%C3%ADdos%22\)](https://bv.fapesp.br/pt/pesquisa/buscaador/?q2=(id_pesquisador_exact%3A569)%20AND%20(auxilio:%20AND%20situacao:%22Conclu%C3%ADdos%22)). Acesso: 15 maio 2002.

si' ou de partilhar vivências e emoções que se encontram na chamada 'vida solitária da alma"',⁵ devido a um isolamento estrutural vivido socialmente. É lançada a hipótese de que esse dilema encontra seu paroxismo quando a vontade de comunicar tornar-se, em casos extremos, desespero radical por comunicabilidade, gerando consequências aparentemente inescrutáveis como o desejo da própria morte. Tem-se aqui o desejo de sair de seu solipsismo em busca da alteridade e o desespero de estar aprisionado em si mesmo.⁶ O ser humano, angustiado por excelência, que busca encontrar sentido, colocando questões existenciais diante do medo da finitude, cria cultura, arte, religião, meios de comunicação para dirimir sua solidão e seu sentimento de estar só diante do universo. Paradoxalmente, quanto mais *gadget*, quanto mais aparelhos que servem para comunicar são criados, maior parece ser a sensação de angústia e isolamento entre as pessoas, agora interconectadas por tecnologias de comunicação. Diante do aumento de doenças da alma, do fenômeno das bolhas nas redes digitais, só para mencionar alguns fenômenos atuais, pensar a comunicação como um acontecimento que raramente ocorre e buscar compreender de que modo isso acontece, parece ser um caminho fecundo para as pesquisas em comunicação, constituindo-se, inclusive, como uma utopia que se configura como abertura radical da alteridade.

Nos últimos anos de sua vida, Marcondes Filho inicia o projeto de extensão "Tragédias políticas – Um problema da Comu-

nicação", cuja ambição era a de consolidar, no campo científico, a área de comunicação, que seria o braço direito de governos, órgãos públicos e legisladores, com a tarefa de zelar pelo exercício da democracia. Para Marcondes Filho, trata-se de um projeto original, possivelmente o primeiro na área de comunicação a conjugar uma proposta de ação emergencial no clima político não só do Brasil, "com um trabalho de fundamentação científica que sirva como marco da maioria de um saber que, até então, caminhava em busca de sua identidade epistemológica".⁷ Ou seja, de projeto cuja preocupação derivava-se do impacto da onda desinformativa que vem devastando as sociedades atuais e tem o poder de colocar em xeque o sistema democrático por meio de máquinas e robôs de informação falsificada.

Considerações finais

A Nova teoria ou a Teoria do acontecimento comunicacional é o resultado de um empreendimento de pesquisa de muitos anos e nasce da constatação de que não apenas a comunicação não é estudada como um saber autônomo em nossa área, como também de que os paradigmas das ciências humanas e sociais não dão conta do momento atual, no qual a comunicação ocorre em grande parte através de sua virtualização, simultaneidade e rapidez das trocas por meio das atuais tecnologias digitais. Para este pensador, é preciso incorporar as anomalias, ir fundo nos paradoxos e enca-

5 Marcondes Filho. CV: <http://lattes.cnpq.br/7984648859899240>. Acesso em: 23 maio 2022.

6 Marcondes Filho desenvolve essa questão no trabalho O olhar como comunidade sensitiva. Imersão, espelho e terceira figura no processo comunicacional do olhar no face a face.

7 Marcondes Filho. CV: <http://lattes.cnpq.br/7984648859899240>. Acesso em 23 mai. 2022.

rar os humores, as atmosferas e a “magia do momento” que surgem através de comoções criadas por programas e celebridades do entretenimento, pela mídia corporativa, ou de bombardeamento de mensagens por grupos, que flertam e alimentam o ódio e o ressentimento, e buscar compreender, efetivamente, esse fenômeno raro que é a comunicação. Desse modo, diante das transformações do ambiente digital e das discussões decorrentes de suas inúmeras palestras, eventos nacionais, cursos e apresentações de trabalhos sobre a sua teoria da comunicação, Marcondes Filho nunca deixou de repensar a comunicação e propor novos questionamentos, inserindo em suas reflexões a incorporação de novos pensadores e problemáticas que possibilitassem um entendimento em compasso os desafios dessa nova era.

Desde o início de sua jornada pelos caminhos da comunicação na era tecnológica, Marcondes Filho aperfeiçoou ainda mais o seu conceito de acontecimento comunicacional. A Nova Teoria, iniciada em 1989 e descrita no início dos anos 2000, com a criação do Filocom, teve como desfecho a sua publicação em uma obra composta de cinco volumes com o título *O princípio da razão durante – A Nova Teoria da Comunicação*, entre 2010 e 2011. Faz parte também desta fase a realização do seminário “10 Anos de FiloCom: A Nova Teoria nos 44 Anos de ECA”, que contou com a participação dos principais pensadores e pesquisadores de comunicação do país, chamados para debater as propostas da Nova Teoria. Deste evento, Marcondes Filho começou a divulgar a sua teoria proferindo palestras pelo país e a participar ativamente do GT Epistemologia da Comunicação da Com-

pós, onde travou discussões com os seus colegas, de 2011 a 2020, as quais, segundo ele mesmo, auxiliaram no surgimento de “novas questões, comentários, críticas, proposições que tiveram como resultado o aperfeiçoamento da Nova Teoria” (MARCONDES FILHO, 2014, p. 9).

Neste longo percurso, encontramos uma preocupação com a noção de comunicação como algo que rompe com os padrões usuais, as ideias preconcebidas e o pensamento automatizado, transformando nossas posições anteriores, nossas verdades preestabelecidas, com a criação de novos sentidos, novos olhares. Para tanto, Marcondes Filho se apoia em Gilles Deleuze, para quem a comunicação seria algo que violenta. Em sua perspectiva relacional, Marcondes Filho advoga que a comunicação só acontece quando o eu se abre para o outro, ou seja, onde há uma transformação advinda da abertura à alteridade radical que inclui objetos, obras e produtos culturais, pois a comunicação não pode existir sem a presença do outro. Marcondes Filho concorda com Lévinas no sentido de que entramos em uma relação de comunicação com o outro quando criamos em nós um esvaziamento de nossa autossuficiência e permitimos que o outro entre em nós. Nesse sentido, o acontecimento comunicacional se dá quando o outro me provoca em sua diferença, e além disso, também é preciso “[...] realizá-lo. Do meu jogo recíproco com esse Outro, do que dele eu apreendo e incorporo, desse desafio que ele me propõe, posso dissolver meu bloqueio e me transformar” (MARCONDES FILHO, 2014, p. 20). Nessa perspectiva, a comunicação deve ser estudada a partir de sua realização ou não em quem a recebe ou a vivencia, buscando compreender que reverberações internas provoca, ou seja, se ocorre

informando, entretendo, causando prazer ou, ao contrário, transformando a pessoa, produzindo sentido, exigindo-lhe recomposições. Isso porque a comunicação atua de forma sensível, mexendo e transformando quem se permite apanhar. Nos últimos anos, Marcondes Filho, ao trabalhar com a comunicação do sensível, aprimorou sua concepção de comunicação, considerando-a não apenas ou prioritariamente um fato estético, mas um fenômeno que se realiza através das percepções sutis e discretas. Ela ocorre no durante e, por isso, pede outro tipo de metodologia, a do quase-método que busca apreender o acontecimento no momento de sua realização, como é o caso do metáforo.

A Nova Teoria, com sua suposição de que o acontecimento comunicacional é uma experiência rara, ganha densidade conceitual mais ampla quando Marcondes Filho aborda o dilema da incomunicabilidade, desdobrando-o em três momentos: a investigação sobre as dificuldades da comunicação eletrônica na internet; da questão da possibilidade da comunicação em relações sociais restritas, como as da convivência conjugal; e a investigação dos produtos culturais que se utilizam

da ficção para realizar a comunicação, como a fotografia e o cinema. Especialmente neste ponto, o autor se detém na reflexão de como percebemos o mundo, de como se instala a comunicação do sensível, do cinema, da arte, dentro de nós. Além dessas pesquisas, este pensador também trabalhou com o conceito ainda não acabado de contínuo atmosférico mediático, que seria uma espécie de um campo de batalha ideológico e político carregado e preenchido pelos de comunicação de massa, produzindo uma atmosfera imaterial de confrontação de ideias e valores (MARCONDES FILHO, 2019a).

Por fim, mais do que me deter ou explorar alguma problemática específica da vastíssima obra deste grande pensador dos fenômenos comunicacionais e também mediáticos, propus neste breve texto montar uma espécie de quebra-cabeça objetivando fornecer uma de visão panorâmica com a intenção de demonstrar a relevante contribuição dos estudos de um intelectual, que ao levar muito a sério a comunicação e também as relações humanas, nunca cessou de inquirir-se sobre ela e sobre a importância do outro em sua formulação.

Referências bibliográficas

CHAUÍ, M. **Convite à filosofia**. São Paulo: Ática, 1999.

COLETIVO NTC. **Pensar-pulsar: cultura comunicacional, tecnologias, velocidade**. Ciro Marcondes Filho (org.). São Paulo: Edições NTC, 1996.

MARCONDES FILHO, C. **O capital da notícia**. São Paulo: Ática, 1986.

MARCONDES FILHO, C. **O escavador de silêncios: formas de construir e desconstruir sentidos na comunicação**. São Paulo: Paulus, 2004.

MARCONDES FILHO, C. **Até que ponto, de fato, nos comunicamos?** Uma reflexão sobre o processo de individualização e formação. São Paulo: Paulus, 2004a.

MARCONDES FILHO, C. **O princípio da razão durante: o conceito de comunicação e a epistemologia metapórica: nova teoria da comunicação III**. São Paulo: Paulus, 2010. Tomo V.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Nova teoria da comunicação**: o rosto e a máquina: o fenômeno da comunicação visto dos ângulos humano, medial e tecnológico. São Paulo: Paulus, 2013. v. 1.

MARCONDES FILHO, C. **Das coisas que nos fazem pensar**: o debate sobre a nova teoria da comunicação. São Paulo: Ideias & Letras, 2014.

MARCONDES FILHO, C. Comunicação e Revelação. **Paulus: Revista de Comunicação da FAPCOM**, [S. l.], v. 1, n. 1, p. 17-28, 2017. DOI: 10.31657/rcp.v1i1.5. Disponível em: <https://fapcom.edu.br/revista/index.php/revista-paulus/article/view/5>. Acesso em: 2 jun. 2022.

MARCONDES FILHO, C. **Comunicologia ou Mediologia?** A fundação de um campo científico da comunicação. São Paulo: Paulus, 2019a.

MARCONDES FILHO, C.; VIEIRA, M. de F. Diálogo sobre a Nova Teoria da Comunicação. **PAULUS: Revista de Comunicação da FAPCOM**, [S. l.], v. 3, n. 5, p. 165-178, 2019. DOI: 10.31657/rcp.v3i5.99. Disponível em: <https://fapcom.edu.br/revista/index.php/revista-paulus/article/view/99>. Acesso em: 2 jun. 2022.

MARQUES, A; MAURO, L. Trilhas de leitura para a obra de Ciro Marcondes Filho: proposta de um roteiro didático de aproximação. **Questões Transversais – Revista de Epistemologias da Comunicação**; DOI: <https://doi.org/10.4013/qt.2021.918.01> – Vol. 9, nº 18, julho-dezembro/2021. Acesso em: 13 março 2022.

MERLEAU-PONTY, M. **Fenomenologia da percepção**. Lisboa: Martins-Fontes, 2006.

OLIVEIRA, DENNIS. Ciro Marcondes Filho (1948-2020). **A terra é redonda eppur si mouve...** 15/11/2020. Disponível em: <https://aterraeredonda.com.br/ciro-marcondes-filho-1948-2020/>. Acesso em: 13 maio 2022.

SANTOS, T. C. O acontecimento comunicacional: uma perspectiva a partir de questões ontológicas. **Revista Eco-Pós**, [S. l.], v. 16, n. 1, p. 27-41, 2014. DOI: 10.29146/eco-pos.v16i1.1164. Disponível em: https://revistaecopos.eco.ufrj.br/eco_pos/article/view/1164. Acesso em: 3 jun. 2022.

SFEZ, Lucien. **Crítica da comunicação**. São Paulo: Loyola, 1994.

WATZLAWICK, Paul. **Pragmática da comunicação humana**: um estudo dos padrões, patologias e paradoxos da interação. São Paulo: Cultrix, 1996.

Data do recebimento: 06/06/2022

Data do aceite: 06/07/2022

Dados da autora:

Tarcyane Cajueiro Santos

Possui graduação em Ciências Sociais pela Universidade Federal de Pernambuco. Mestre e Doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo, com Pós-Doutorado pela mesma instituição. Docente e pesquisadora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura da Universidade de Sorocaba (UNISO), Sorocaba/SP. Desenvolve pesquisas vinculadas à linha "Mídias e Práticas Socioculturais" no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura da Uniso.

