

A questão da Comunicação¹

The Communication issue

La cuestión de la Comunicación

Ciro Marcondes Filho

FiloCom - USP
<ciromarcondesfilho@gmail.com>

Resumo

As discussões sobre Epistemologia da Comunicação, realizadas em diversos espaços, parecem ter uma vitalidade renovada nos estudos da área, seja propondo questões ou delineando respostas para perguntas recorrentes: o que é comunicação? O que nos caracteriza como área? Qual é nosso objeto de estudos? O que nos aproxima e nos separa de outros campos do saber? Pela originalidade das propostas, algumas pesquisadoras e pesquisadores podem ser destacados – dentre outros, Lucrecia D’Alessio Ferrara, Ciro Marcondes Filho, José Luiz Braga e Norval Baitello Junior. Neste dossiê, discutem a comunicação para além das mídias, como fenômeno de muitas dimensões – e um número proporcional de indagações.

Palavras-chave: Comunicação. Epistemologia. Linguagem.

Abstract

Discussions on the Epistemology of Communication, carried out in different spaces, seem to have a renewed vitality in the Area studies, either by proposing questions or by delineating answers to recurrent questions: What is Communication? What characterizes us as Area? What is our object of study? What brings us closer and separates us from other fields of knowledge? Due to the originality of the proposals, some researchers and researchers can be highlighted – among others, Lucrecia D’Alessio Ferrara, Ciro Marcondes Filho, José Luiz Braga and Norval Baitello Jr. In this dossier they discuss communication beyond the media, as a phenomenon of many dimensions – and a proportional number of inquiries.

Keywords: Communication. Epistemology. Language.

Resumen

Las discusiones sobre Epistemología de la Comunicación, realizadas en diversos espacios, parecen tener una vitalidad renovada en los estudios del Área, ya sea planteando preguntas o delineando respuestas a preguntas recurrentes: ¿qué es la Comunicación? ¿Qué nos caracteriza como Área? ¿Cuál es nuestro objeto de estudios? ¿Qué nos acerca y nos separa de otros campos del saber? En este dossier, discuten la comunicación más allá de los medios, como fenómeno de muchas de ellas, como fenómeno de muchas dimensiones y un número proporcional de indagaciones.

Palabras clave: Comunicación. Epistemología. Idioma.

1 Este texto reproduz a fala do 2º Seminário Quinta Essencial – Pensadores da Comunicação, realizado de 10 a 12 de agosto de 2016 na Faculdade Cásper Líbero, em São Paulo. As palestras da mesa de abertura do Seminário Quinta Essencial, Aula Magna de Referência do Encontro do Fórum dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação de São Paulo, foram publicadas na Revista *Líbero*, v. 19, n. 38, e v. 20, n. 39. As transcrições foram revistas pelos autores – alguns preferiram manter o texto mais próximo de uma apresentação oral, enquanto outros optaram pelo formato do artigo acadêmico. Essas características foram preservadas na edição. Cabem agradecimentos: na Faculdade Cásper Líbero, à Direção, à Coordenação e colegas do PPG em Comunicação, Centro de Eventos Cásper Líbero e às pesquisadoras e pesquisadores do Grupo de Pesquisa Teorias e Processos da Comunicação. À editora Paulus, pelo apoio material e de divulgação.

Tive a honra de ser o primeiro a se apresentar por uma questão alfabética, já que meu nome vem antes dos demais. Vou iniciar minha fala sobre a questão da comunicação. Desde o nosso primeiro encontro aqui, em 2014, este momento é muito importante e significativo para todos nós que trabalhamos na área, já que é a hora de nosso diálogo real. Nós todos publicamos, participamos de congressos e de eventos de vários tipos, mas este é o momento maior. É a oportunidade em que nós nos comentamos e nos criticamos. É o momento do grande salto, do salto teórico.

Tenho trabalhado muito a questão da Comunicação e tenho tentado, na medida do possível, ampliar, desenvolver, desdobrar tudo o que concebo como projeto do campo da Comunicação. Tenho me empenhado ultimamente em uma iniciativa que seria a constituição da Comunicação como campo científico, como área autônoma, estatuto este que não é reconhecido pelas entidades de apoio e incentivo à pesquisa e pelo campo acadêmico em

geral: para eles, a Comunicação é apenas a aplicação de ciências ditas mais maduras, mais consolidadas.

Como o Prof. Norval fez uma advertência nesta manhã, questionando até que ponto as coisas se consolidam de fato, até que ponto pode-se dizer que estão terminadas? De fato, enquanto se está vivo, as coisas estão se transformando e isso vale também para o saber. O saber vai mudando o tempo todo, se alterando e se adaptando às condições, rejeitando formulações defasadas, ultrapassadas, e incorporando novas visões, especialmente na dinâmica em que vivemos nos dias de hoje, que é tão acelerada e exige constantes reformulações.

Já faz tempo que a área de Comunicação é merecedora de atenção especial. Isso não significa ter desprezo ou desinteresse pelas demais áreas, ao contrário, nós somos de certa forma tributários de conhecimentos mais antigos, mas isso não quer dizer que a Comunicação não deva batalhar por sua legitimação enquanto saber específico. Esse é um projeto meu, que tenho levado a cabo durante estes últimos anos, que é a tentativa de convencer os colegas da área de que Comunicação faz jus a ter uma posição própria, autônoma, a partir dos postulados que vou desenvolver em seguida. Ou seja, de um certo desprendimento daquilo que foi tido até agora como Comunicação na nossa área, mas que foram na verdade os olhares a partir de outras ciências que estudaram a questão da Comunicação.

Para que se constitua um saber e uma ciência, a Comunicação tem que ter pelo menos um objeto e uma forma de investigação. O objeto seria a própria comunicação, ou, melhor dizendo, o *fenômeno* da comunicação, que tem sua característica própria, sua identidade no fato de ser algo inapreensível pela pesquisa empírica. A comunicação não é um objeto que você vê ou que você toca, você não pode operar com ela como fazem as ciências da natureza, as ciências biológicas ou as ciências que trabalham com matéria física, palpável, mensurá-

—

**O saber vai mudando
o tempo todo, se
alterando e se adaptando
às condições, rejeitando
formulações defasadas,
ultrapassadas,
e incorporando
novas visões.**

—

vel. Além de ter um objeto, o saber necessita de uma forma específica de investigação diretamente ligada a esse objeto, ou seja, uma *episteme*. Esses dois lados são pressupostos para que se constitua esse saber comunicacional, que, no meu modo de ver, está amadurecendo ou já está bem amadurecido.

Vou começar, portanto, falando da comunicação, ou do fenômeno da comunicação, a partir de algumas teses que têm sido constantes nas minhas exposições e que eu tenho tentado desdobrar cada vez mais. A primeira é a de que comunicação não é uma ação passiva no sentido de um compartilhar, um repassar, um transferir alguma coisa, mas um tipo de vivência, uma experiência, um acontecimento, uma imersão. Ou seja, a comunicação ou o acontecimento comunicacional – talvez o termo mais apropriado – é um fenômeno, ela tem a capacidade de nos desarranjar, de nos desestabilizar, de provocar e, através disso, nos levar a pensar, nos incomodar. Produz algo naquele que a vivencia e tem a potência de alterá-lo. A primeira tese, portanto, sugere que comunicação seria essa coisa que faz com que a pessoa não saia da mesma forma como entrou, que nela ocorra algum fato que tenha a possibilidade de alterá-la, ela promove uma transformação; esta é a primeira tese que eu defendo aqui no conceito de comunicação.

Alguns autores já haviam falado qualquer coisa nessa direção.

Gaston Bachelard, por exemplo, quando discorre sobre literatura, fala que o livro o remove da sua paz provisória. Livro é um objeto de comunicação, livro é um produto cultural cuja intenção é a de fazer com que as pessoas, de alguma forma, se envolvam na trama e que disso possa surgir algum tipo de efeito.

Roland Barthes, por seu turno, vai falar de algo parecido em relação à fotografia: que ela o transpassa, o fere, realiza um *satori*, incomodando-o pela incursão desautorizada em seu mundo. A fotografia o incomoda, mas ele não chega a fazer qualquer tipo de investigação sobre o processo do incomodar, de como isso acontece, ele só pode constatar. Em outra obra, quando fala da literatura, ele diz que há dois tipos de texto literário, dois tipos de romance: aquele que dá o prazer, que traz certo conforto e euforia, e que é, de certa forma, o que entendemos como entretenimento; mas existem outros livros que provocam reação oposta, um certo tipo de fruição que faz com que o leitor os sinta de maneira mais densa. Nesse caso, diz ele, o livro “sacode” o sujeito. Nesse exemplo constato, mais uma vez, a tentativa de categorizar aqueles produtos culturais que nos provocam uma certa trepidação. Há pessoas que terminam um livro e dizem que a vida mudou após sua leitura: eu diria que aconteceu aí a comunicação. Alguns sentem o mesmo num filme a que assistiram ou em algum outro tipo de situação comunicacional.

Uma tese subsequente, a Tese 2, seria a de que, para acontecer a comunicação, é necessária a produção de sentido. E o que significa exatamente isso? É o fato de se produzirem em nossa interioridade novos tipos de arranjos, de se criar uma alteração na maneira como trabalhamos e pensamos. Diria até que, na comunicação, depois apreendermos esse fenômeno, o novo passa a nos constituir, passa a fazer parte de nós, *a ser nós*. A comunicação tem essa capacidade de não apenas ser absorvida, mas incorporada e tornar-se constituinte de um novo momento de nossa própria identidade.

Terceira proposição ou Tese 3 sobre a comunicação como fenômeno: algumas estruturas, objetos, formas estéticas, agem, mas está implícito nelas se reconhecer um projeto determinado, sustentado por agentes interessados em intervir e comunicar. Nem tudo o que vivenciamos na vida e que nos abala são fatos provocados por agentes ou pessoas com projetos, pois, às vezes, estamos sujeitos a transformações em nossa vida provocadas por acidentes naturais e coisas assim, que nos mudam, mas não há, ali, uma *intenção de comunicar*. Em compensação, algumas obras humanas, onde não está presente o agente, também têm a capacidade de comunicar.

Para acontecer a comunicação é preciso uma ocorrência muito mais ambiciosa em termos qualitativos, ou seja, ela tem que mexer com minhas próprias concepções de mundo.

Mesmo a arquitetura das cidades pode nos falar, porque ela é expressão de certos projetos, de certas concepções, de certas visões de mundo, em que nós, ao entrarmos nesses ambientes, passamos a incorporar ou ser incorporados por aquilo. Algo de singular acontece porque ali está embutida essa maneira de ver o mundo, ou seja, mesmo nesses objetos silenciosos, calados, houve algum projeto humano que nos fez participar da comunicação.

Eu comentei essa tese na Compós, ao falar de experiências que tive quando visitei alguns monumentos da Antiguidade e minha sensação havia sido de pouco envolvimento, mas, noutra outra vez, quando estive nos campos da Polônia, algum tempo atrás, aí sim, fiquei tomado por aquilo. A Polônia me remetia ao seu passado, aos trilhos, aos vagões, em última análise, aos campos de extermínio. Aquilo me comunicou, apesar de os agentes não estarem mais lá. As pradarias da Polônia, os trilhos, as ruínas de Auschwitz também me comunicaram porque são testemunhas de ações humanas voluntárias que igualmente me chocam. Não foram criadas *para* comunicar, mas são ações humanas ligadas a um projeto, mesmo que macabro. O que quero dizer é que não são só agentes fisicamente presentes que nos ligam a um acontecimento comunicacional, eu não preciso necessariamente ter a presença das pessoas, já que os próprios objetos “falam”, na medida em que são extensões delas e, por isso, têm a capacidade de nos chocar.

Tese 4: há uma recomposição interna quando eu me submeto a um processo comunicacional. O impacto que um acontecimento comunicacional nos provoca não é meramente físico-sensório ou sensório-motor, não se trata apenas de provocar calafrios ou batimentos cardíacos ou sensações de medo ou irritação nervosa. Esses são normalmente objetos da psicologia experimental e não são necessariamente formas comunicacionais no sentido que eu estou aqui tomando. Ao contrário, eu diria que a diferença desses para um fenômeno comunicacional é que neste último há uma intervenção no meu universo de concepções, das minhas visões de mundo, das minhas posturas existenciais, em suma, na ação, a saber, na forma como eu vejo o mundo e como o mundo age sobre mim.

Há uma diferença, portanto, nesse conceito que eu estou usando de comunicação em relação ao conceito utilizado nos experimentos da psicologia comportamental ou experimental, que colocam pessoas recebendo sons e imagens e medindo, de uma forma quantitativa, suas reações. Não se trata disso. Para acontecer a comunicação é preciso uma ocorrência muito mais ambiciosa em termos qualitativos, ou seja, ela tem de mexer com minhas próprias concepções de mundo, pois, como eu disse na tese anterior, faz parte de um certo projeto e intervém em meu modo de pensar e agir.

Tese 5: algumas pessoas entendem comunicação como a participação em certos fenômenos coletivos, que podem ser uma massa, um grupo, uma febre, que remetem a um transe coletivo, a uma excitação geral, que alguns chamam de fenômenos irracionais de massa, citados, por exemplo, por Elias Canetti, quando fala de massa e poder, ou mesmo, por Georges Bataille, quando fala da nossa participação em cerimônias coletivas em que se cria um certo campo de energia que liga a todos em um mesmo projeto. Tampouco eu identifico um processo comunicacional, se bem que se trate de um processo social, um processo de psicologia de massas, em que muitas vezes impera esse citado componente de irracionalidade.

A meu ver, não fazem parte da comunicação acidentes ou impactos naturais que caem sobre nós, como catástrofes, terremotos, tsunamis, ou mesmo mortes naturais de pessoas próximas, porque não foram agenciados por atores humanos, são coisas que simplesmente provocam em nós mudanças, mas não no sentido de haver esse agente instigador da comunicação – que eu acho imprescindível no caso. Por outro lado, outros fenômenos que acontecem em nossas vidas, como separações, suicídios, traições etc., podem ser vistos como acontecimento comunicacionais, na medida em que a ação do outro de alguma forma vise repercutir dentro de nós e provocar transformações.

Essas cinco teses são teses de como eu imagino que possa ser caracterizado o acontecimento comunicacional. Como eu falei, não é algo palpável, mas uma realidade que se vivencia e da qual se participa. Participa-se da coisa e ela de alguma forma nos altera e cria em nós uma recomposição interior. O acontecimento comunicacional, então, pode se dar em qualquer circunstância – já comentei do filme, do livro, ela pode se dar em situação educacional (em aula), em rodas de diálogo, pode ocorrer na vivência de uma experiência estética, ou seja, há um leque bastante grande de possibilidades comunicacionais. Se nós saímos absolutamente inatingidos por isso, se nada aconteceu conosco, eu diria que não houve comunicação, nada nos fez pensar. Se nós somos levados a pensar, algo, de alguma maneira, nos tocou.

Ponto 2. Eu vejo a comunicação como um processo que ocorre em três momentos: o primeiro é o da vivência ou a exposição a um objeto comunicacional – a uma obra, a uma performance, a uma fala, mesmo a um vestígio. É quando deparamos com isso, o que acontece tanto em situações em que o objeto comunicacional está explícito como quando ele está apenas sugerido e mesmo assim mexe comigo.

Esse primeiro momento é aquele em que estou diante daquilo que me atinge; a partir dessa vivência, há um momento intermediário que eu chamo de *tempo de incubação*, em que a nossa mente começa a ser incomodada por aquilo que nos foi falado, dito, visto, por aquilo

que nós acompanhamos; esse é o momento em que cessa o processo comunicacional, mas em nossa cabeça ele continua a repercutir, reverberar e provocar os seus efeitos.

O momento de incubação é a temporalidade da comunicação, é o momento em que nós somos retirados da nossa indiferença, em que nós somos chamados a participar da coisa.

Um terceiro momento seria o do testemunho disso. Pode ser um relato, pode ser uma obra estética. O terceiro tempo é especificamente o da apresentação por parte daqueles que fazem a pesquisa em Comunicação daquilo que foi vivenciado através do testemunho, do relato ou

—

**O momento de incubação
é a temporalidade
da comunicação, é o
momento em que nós
somos retirados da nossa
indiferença, em que
nós somos chamados a
participar da coisa.**

—

de uma obra produzida. Esse terceiro momento vai produzir algo, ele vai criar um objeto que poderá, em outra pessoa, em outra circunstância, também repetir o mesmo mecanismo, o mesmo processo, reiniciando o círculo da comunicabilidade.

Posso fazer um filme sobre algo que me chocou, que me abalou, que me transformou, e esse filme servir para que outro o assista e, se possível, seja atingido pelos seus efeitos. Existe um ciclo que eu entendo por processo comunicacional em que o terceiro momento pode se tornar o momento detonador da comunicação para outros, ou seja, o primeiro momento para outro que vai participar da comunicação, criando uma sequência de eventos culturais encadeados.

O momento da incubação é um dos fatos que diferencia a pesquisa de Comunicação da Pesquisa da psicologia experimental, porque, nesse caso, nós acompanhamos o desdobramento dentro de um certo período de tempo, os impactos da vivência da experiência da comunicação que se dão no tempo.

Emmanuel Levinas diz, nesse caso, que se trata do “devir”, da relação que temos com o outro, com a alteridade, que, através dela a relação pode nos levar a alcançar esse tal “devir”. Mas, o que é o “devir” para esse filósofo? O “devir” é exatamente essa continuidade no tempo, não só deparamos com o outro, mas esse outro se mostra para nós como alguém que nos transforma, e isso precisa se estender no tempo, e esse tempo é o que vai nos fazer efetivamente alcançar aquilo que ele chama de *infinito*.

Acredito que esse modelo pode se encaixar perfeitamente à comunicação – aliás, é um dos autores que eu uso para isso – e, nesse caso, o “devir” vai ser essa possibilidade de eu realizar de fato a comunicação, seja através de um impacto, seja através de doses regulares homeopáticas. Isso significa que, para o fenômeno comunicacional, é necessária a existência de um vazio, um branco, uma pausa. Ou seja, é preciso que esse esvaziamento deixe que a cena reverbere em nossa mente para que então se produza o fenômeno. A questão do vazio corresponde ao termo usado por Barthes, o *satori*, que é aquele conceito do budismo japonês e que me pareceu bastante significativo para a exemplificação do fenômeno comunicacional. Eu vou ler uma passagem sobre o que é o *satori* na filosofia budista japonesa:

Liga-se ao satori uma transformação interior de caráter revolucionário, a princípio o iluminado não a nota. Gradualmente, no convívio com outras pessoas, o discípulo sente que se tornou diferente, ao reunir-se com os demais não se entende com eles como antes e não pode negar que os outros são unânimes nas opiniões sobre ele. Isso, no entanto, não o torna inseguro, já que a visão recebida é por demais convincente. Agora, ele é apenas mais reservado com as outras pessoas, abandona cada vez mais suas visões e sonhos, procura e ama a solidão. O que antes lhe parecia uma perda – ter ficado de lado –, pois é jovem e gosta de misturar-se àqueles com que o destino o reuniu, torna-se para ele um lucro. Ele busca e encontra a solidão não em lugares distantes e tranquilos, mas criando-a a partir de si próprio. A solidão se espalha em torno dele.

Usei esse termo, o *satori*, exatamente para falar dessa transformação interior que recebemos. A palavra é também usada por Barthes quando comenta a fotografia. *Satori* quer dizer “entender” em japonês, e é também um termo que os japoneses usam para “iluminação”, expansão da consciência. É algo muito mais que outro termo em japonês, *kensho*, que significa “o despertar”.

Essa palavra também foi usada por Heidegger quando fala sobre o acontecimento: de repente, alguma coisa nos ilumina, não só no sentido de luz, mas, de certa maneira, nos abre a consciência. Se a comunicação tem essa capacidade de fazer pensar e produzir sentido, ela atinge, nesse momento da incubação, esse efeito do *satori*, que busca solidão e isolamento em si mesmo. É um conceito que os japoneses usam também em relação a uma interpenetração entre você e o mundo. Eles falam que, na cerimônia do chá, a tigela que você usa para o chá se mistura com você; você é um pouco a extensão da tigela e a tigela passa a ser a extensão de você, de tal forma que você passa a participar de outro universo em que as coisas todas se interligam de outra forma. É quase uma mudança de nível na percepção das coisas. Nós conhecemos isso no Ocidente pela expressão de Merleau-Ponty, “a carne do mundo”, quando ele fala que nós somos parte de uma carne só, em que nós nos desdobramos no mundo e o mundo ocorre dentro da gente.

Ponto 3: a comunicação como investigação do ininvestigável. Como descrevi o fenômeno da comunicação, ele é algo que você não vê; é como o conceito de interação na Sociologia. Todos aqui estamos nesta sala, somos participantes de uma mesma cena, a cena é composta de nós enquanto pessoas, do espaço que nos envolve e de algo que acontece entre nós, que se chama *interação*, que nós não vemos mas que interfere em nós e em nossa atuação. A interação não pode ser medida, ela é apenas sentida.

A comunicação é um pouco parecida com isso; empiricamente, você não pode detectá-la, fixá-la, você sente, você percebe que existiu – ou que não existiu – essa coisa puramente sensorial, intuitiva. O fenômeno comunicacional é algo internamente fugidio, isso também vocês podem encontrar na literatura de Emmanuel Levinas, para quem nossa relação com a

alteridade é comunicação na medida que a comunicação vai ser sempre algo que nos escapa, algo que nos foge.

E para isso ele se usa do conceito do feminino. O feminino como sendo algo que nos escapa sempre, o feminino não na associação com mulher, mas no conceito filosófico, como aquilo que de alguma maneira sintetiza a alteridade absoluta. Para ele, entramos em uma relação de comunicação com o outro na medida em que criamos em nós um esvaziamento,

—

**Os pensadores
da cibernética,
especialmente do
construtivismo radical,
diziam que você não pode
comunicar nada ao outro,
porque o que você viveu
é só seu, está dentro de
você, é algo interno.**

—

nós esvaziamos nossa autossuficiência, nossa situação de satisfação com nós mesmos, e permitimos que o outro entre em nós.

Estaria aí o que Levinas chama de feminino e que seria o paradigma da alteridade absoluta, que, a meu ver, se encaixa muito bem no conceito de comunicação como vivência que, de repente, entra em nós e agora passa a fazer parte de nós e questionar nossos próprios posicionamentos.

Além dessa questão do eternamente fugidio, também há aquela do objeto da comunicação. Jamais se saberá efetivamente – segundo essa maneira a partir da qual eu vejo a comunicação – o que é comunicado. Na verdade, alguns autores até chegaram a dizer que, no processo da comunicação, *nada se comunica*.

Os pensadores da cibernética, especialmente do construtivismo radical, diziam que você não pode comunicar nada ao outro, porque o que você viveu é só seu, está dentro de você, é algo interno. Você pode transformar essa vivência em palavras, mas vai parcamente conseguir traduzir aquilo que você vivenciou, e a palavra na cabeça do outro irá repercutir na forma que esse outro a receber. Você não está passando nada para o outro, você está simplesmente falando algo e o outro está recebendo segundo sua maneira própria. Então, quando eu digo “nada se comunica”, eu digo que não há objeto direto no verbo “comunicar”.

Eu digo “o filme me comunicou”, mas o que foi comunicado, na verdade, é algo que não pode ser recuperado ou identificado da mesma forma que faz a pesquisa empírica. “O livro me comunicou”: constata-se apenas que houve uma transformação incorpórea – você encontra esse termo nos livros de Gilles Deleuze, quando ele comenta alguns processos de comunicação. Epicuro usava uma concepção parecida quando falava do *clinâmen*, que é aquele desvio dos movimentos dos átomos que na verdade é absolutamente caótico, mas que acaba interferindo no próprio processo dos fenômenos.

A comunicação, portanto, você não vê, não captura, não localiza, você só sabe que ela mexeu com você, que ela o alterou. Você só pode avaliá-la pelo rastro que ela deixou, ou

seja, pelo que ela deixou de consequência. O fenômeno da comunicação, então, vai ter duas faces claramente distintas: eu diria que o objeto comunicacional, seja um produto cultural, uma produção estética, uma palestra, um diálogo, uma aula, tem sempre duas faces: uma chamada imanente, que são componentes físicos e materiais, os personagens, a trama etc., e outra, que é a face transcendente, um plano que foge dos dados imediatos e de seus personagens e nos remete a uma instância menos apreensível mas perceptível: eu sinto isso e os efeitos disso.

Se vocês se lembram, em *Mil Platôs*, quando Deleuze analisa um romance, ele se pergunta: “qual é a diferença entre uma grande obra literária e um *best seller* de livrarias?” Para ele, o *best seller* é uma narrativa trivial, que se lê e que passa, enquanto o grande romance é algo que permanece. O que permanece é justamente esse lado transcendente, esse lado metafísico da obra, que continua a reverberar apesar de a época a que o livro se refere já ter passado há muito tempo. Quando comenta o cinema, Deleuze fala que há uma diferença em pensar sobre um filme a que assistimos e sobre o que ele chama de “impoder do pensamento”. Pensar o filme é uma tentativa de racionalizar o que o filme está me dizendo, mas existe algo que transcende nosso pensamento, um termo de Maurice Blanchot, que é o “impoder do pensamento”, algo que na verdade se sobrepõe ao nosso pensamento, questionando aquilo que nós tínhamos como pensamento; algo que até então para nós era impensável e que agora se coloca ali.

O sonho se realiza também nesse segundo plano, nesse plano transcendente, porque lá o inconsciente codifica os fatos vistos ou vividos à sua maneira e nos devolve de forma estranha, diferente, curiosa. Freud tentou, de alguma forma, mapear os sonhos de acordo com algumas categorias como compensação, deslocamento e sobredeterminação; Lacan também o fez, mas, de qualquer forma, permanece muito obscuro como o sonho constrói a narrativa dentro de nós. Nós não temos o mínimo controle sobre os nossos sonhos. Eles se realizam dentro de nós da maneira como o inconsciente os constitui. Tenho a impressão de que isso é um exemplo da realização da coisa fora do pensamento ou no sentido do “impoder do pensamento”. Quando eu participo desse tipo de evento, a minha mente faz uma espécie de seleção natural das vivências que me marcaram, criando uma memória própria apenas com esses fatos singulares e especiais. Minha hipótese é que nós construímos nossa memória a partir de todas essas vivências que foram comunicacionais em nós, que nos marcaram e produziram sentido, e que, por isso, a memória é seletiva e guarda todas essas imagens.

Por fim, o quarto ponto: o testemunho. O ideal de um estudo comunicacional é aproximar na medida do possível o relato sobre o fenômeno vivido, o discurso linguístico, da vivência propriamente dita do acontecimento. Alguns escritores e alguns jornalistas literários foram os que chegaram mais perto disso. A pesquisa que atualmente faço no núcleo FiloCom, da USP, e com meus alunos – já faz praticamente sete anos que realizo todos os anos pesquisas de diversas naturezas com os alunos, considerando

a comunicação a partir desse ângulo, da vivência da cena – tem como grande desafio transformar isso tudo em fato discursivo.

É a tentativa de você recuperar o que foi experienciado e trabalhar isso como um relato vivencial para que outros igualmente o sintam e eventualmente obtenham resultados semelhantes; trata-se de fazer o outro chegar perto da emoção e da força do vivido.

Muito obrigado.

Data de recebimento: 03/10/2018

Data de Aceite: 10/11/2018

Dados do autor:

Ciro Marcondes Filho

<http://lattes.cnpq.br/7984648859899240>

Pesquisador de conceito 1A do CNPq, Ciro Marcondes Filho é o criador da Nova Teoria da Comunicação, que dá bases para a constituição do Campo da Comunicação nas ciências humanas a partir do amadurecimento e da operacionalização do conceito de comunicação, assim como de um modo específico de sua investigação, o metáporo. Bacharel em Ciências Sociais e Jornalismo (USP/SP), doutor pela Universidade de Frankfurt, pós-doutor pela Universidade de Grenoble (França), é professor titular da ECA-USP desde 1987.