

Nova teoria da comunicação¹

New theory of the communication

Regina Rossetti

Docente do Programa de Mestrado em Comunicação da Universidade Municipal de São Caetano do Sul – USCS. Doutora com pós-doutorado em Filosofia, pela Universidade de São Paulo – USP.

A Editora Paulus lança, em 2009, a edição completa da trilogia *Nova teoria da comunicação*, de Ciro Marcondes Filho, conhecido autor de mais de 30 títulos, professor da ECA/USP² e pesquisador do Núcleo de Estudos Filosóficos da Comunicação. O próprio Marcondes justificou essa obra, afirmando que as constantes mudanças ocorridas nos últimos anos, tanto na sociedade como na área da Comunicação, tornaram obsoletas as teorias da comunicação existentes e colocaram a exigência de uma “nova teoria da comunicação”, cuja publicação pretende ser a contribuição brasileira para o saber acumulado na área. E, com o objetivo de preparar o leitor para sua “nova teoria”, Marcondes publicou recentemente, pela Paulus, um volume chamado *Para entender a comunicação: contatos antecipados com a nova teoria*. Escrito de forma simples, acessível e didática, este livro trata de um novo conceito de comunicação e de novas formas de pesquisa em comunicação.

Uma nova teoria pressupõe um novo conceito de comunicação. Para Marcondes, a comunicação não é algo material ou uma coisa que alguém transmite; ela é uma relação, uma ocorrência, um acontecimento. Para definir comunicação, a ênfase é dada à recepção, e não à emissão. “Comunicação é exatamente isso: o fato de eu receber o outro, a fala do outro, a presença do outro, o produto do outro, e isso me transformar internamente. O lado oposto, o da emissão, é mera produção de sinais, não comunicação”.

Para alcançar seu objetivo didático, cada capítulo do *Para entender a comunicação: contatos antecipados com a nova teoria* é estruturado de forma fixa: diálogo, teoria, resumo, atividade e leitura. O corpo

teórico de cada capítulo é antecedido por um diálogo fictício entre personagens, os quais discutem acontecimentos do cotidiano que envolvem a comunicação. Tais personagens ganham rosto no CD-ROM que acompanha o livro, em que são reproduzidos os diálogos e o resumo de cada capítulo. Esse CD-ROM poderá ser utilizado pelo professor em sala de aula. Em seguida ao diálogo introdutório, expõe-se o conteúdo teórico do capítulo. Depois, são resumidas as teses principais do referido capítulo e é proposta uma atividade para o professor desenvolver com seus alunos. Ao final, é apresentada uma coletânea de textos para leitura que aprofundam as teses apresentadas. Essa bibliografia sugerida por Ciro Marcondes extrapola os tradicionais autores utilizados na área de Comunicação. O referencial teórico é preponderantemente filosófico, e autores como Lévinas, Derrida, Bataille, Proust e Serres têm seus textos indicados para leitura ao lado dos tradicionais Luhman, Habermas, Baudrillard, Adorno e Horkheimer. São também apresentados autores e escolas pouco conhecidos e até mesmo marginalizados pelos estudos em Comunicação.

Em relação ao conteúdo, o primeiro capítulo trata da incomunicabilidade humana. Nele, o autor fala da impossibilidade de uma comunicação plena, absoluta e total como pressuposto de sua teoria, afirmando que o acontecimento comunicacional é passageiro e de difícil acesso. O segundo e o terceiro capítulos são dedicados a tratar da relação íntima entre comunicação e diálogo, seja aquele que acontece entre duas pessoas, seja o diálogo coletivo. Diálogo é um espaço comum, como atmosfera, cena, clima, situação em que a comunicação acontece; é também um jogo de espelhos. Os demais capítulos tratam de vários temas pertinentes à comunicação, analisados a partir da perspectiva da “nova teoria”. Nesse sentido, são tratadas questões como educação e ensino, imprensa, cinema, Internet, opinião pública, telenovela e publicidade, dentre outros. O último capítulo pretende responder à seguinte questão: como pesquisar? E retoma cada um

¹ Marcondes Filho, Ciro. *Para entender a comunicação: contatos antecipados com a nova teoria*. São Paulo: Paulus, 2008.

² Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo.

dos temas anteriores, sugerindo possibilidades de pesquisas que deem conta do acontecimento comunicacional neles presente.

No decorrer da obra, são muitos os momentos em que Marcondes fala de comunicação e inovação. No próprio conceito de comunicação, o novo aparece como elemento fundamental: “Comunicação é uma relação entre pessoas, um certo tipo de ocorrência em que se cria uma situação favorável à recepção do novo” (MARCONDES, 2008: 09). A comunicação e o novo, precedido pelo desconhecido, trazem a mudança:

O mesmo pode acontecer com um livro, um filme, um acontecimento que eu presenciei. Essas coisas podem me comunicar. Elas podem dizer-me algo pelo seu caráter de novidade, de estranheza, de inusitado, de inédito. É o novo que me muda; o conhecido apenas me reforça (MARCONDES, 2008: 19).

A estranheza, o imprevisível, a surpresa e a novidade somente são possíveis porque há a liberdade, e “a liberdade é a capacidade de inovar” (MARCONDES, 2008: 30). O diálogo também propicia condições para o surgimento do novo: “Pode-se contar, a partir daí, na situação de diálogo entre várias pessoas, com o aparecimento do novo. Surgem novas interpretações, pessoas têm *insights*” (MARCONDES, 2008: 43).

A comunicação é um acontecimento que inova:

Agora acrescenta-se um novo critério: o do acontecimento. Não se chega à novidade, à renovação, à transformação por um trabalho intelectual, acadêmico, conceitual; chega-se por

um impacto, por um fato especial, por um **acontecimento** (MARCONDES, 2008: 44).

Portanto, para Marcondes, a comunicação está intrinsecamente relacionada ao novo, à novidade e à inovação.

A obra de Marcondes promete polêmica na área de Comunicação. O autor afirmou, em seu livro, que muito pouco das pesquisas tidas como de comunicação no Brasil realmente são pesquisas de comunicação. Segundo sua opinião, a maioria do que se faz no Brasil é pesquisa de Sociologia, História, Semiótica, Antropologia, Psicologia, Psicanálise, e os pesquisadores não se ocupam do fenômeno da comunicação propriamente dita. Mas, então, o que é pesquisar mesmo sobre a comunicação? “Pesquisar a comunicação é estudar o processo e a constituição da relação que se cria entre as pessoas comunicantes, é falar da ocorrência do acontecimento comunicacional, que tem caráter único, efêmero, irrepetível” (MARCONDES, 2008: 09). Para tanto, é preciso prestar atenção aos fatos extralinguísticos, aos sentidos, à atmosfera presente, ao clima criado, ao incorpóreo. É preciso um método flexível que se adapte e se corrija, além de um pesquisador que se instale nos processos comunicacionais para poder compreendê-los. Então, a comunicação se revela como viva, um processo dinâmico, instantâneo, pulsante e vibrante. Assim, aguarde-se a prometida trilogia na expectativa de que ela traga **pesquisas de comunicação em seu sentido mais preciso** que, segundo o autor, raramente foram realizadas neste País, mas que, nesta obra antecipatória, a qual se acabou de resenhar, são anunciadas como possíveis desde que se conceba a comunicação como um acontecimento.