

COMUNICAÇÃO: UM EVENTO RARO E IMPROVÁVEL



Adriana Rodrigues, Antônio Carlos Cunha, Bernadete Coelho, Carolina Goos, Carolina Zafino Izidoro, Cláudio Aleixo, César Viana, Débora Borges, Eliani Covem, Enzo de Lisita, Luciana Hidemi, Luiz Carlos Fernandes, Noêmia Félix, Patrícia Quitero, Rogério Borges e Sabrina Moreira.

Ciro Marcondes Filho é um pesquisador de referência no campo da comunicação no Brasil. Ele forma, ao lado de nomes como Muniz Sodré e José Luiz Braga, a base do pensamento comunicacional no País. Criador da Nova Teoria da Comunicação e coordenador da Rede Nacional de Grupos de Pesquisa em Comunicação, o professor titular da ECA-USP e da Cátedra Unesco José Reis de Divulgação Científica, esteve em Goiânia, em outubro de 2017, para proferir a palestra de abertura do 7º Simpósio de Pesquisa em Comunicação da PUC Goiás, realizado durante III Congresso de Ciências e Tecnologia da universidade. Na oportunidade ele esteve reunido, em petit comité, com professores da Escola de Comunicação para discutir questões relacionadas à pós-graduação *Stricto sensu* e à pesquisa em comunicação no Brasil. Trazemos, nesta edição, trechos desta conversa realizada com o pesquisador.

Revista Panorama: O senhor poderia falar um pouco da trajetória que o levou a criar a Nova Teoria da Comunicação?

Ciro Marcondes: Nos anos 1980 eu tinha trazido ao Brasil o pensador francês Jean Baudrillard e conversei com ele algumas coisas. O Baudrillard é uma pessoa com muito prestígio, não só na França, mas mundialmente. Uma grande estrela da comunicação. Eu perguntei: Diga-me uma coisa, quem é hoje em dia na França o grande nome da comunicação? Que fala sobre comunicação? Ele falou direto: Lucien Sfez. Eu não conhecia, na época, o Sfez, fui atrás então. Convidei o Sfez para vir a São Paulo. Ele veio umas três ou quatro vezes ao Brasil a meu convite. Sfez havia terminado de publicar um livro chamado *Crítica da comunicação*. No livro Sfez faz um estudo tentando atualizar um pouco as teorias de comunicação e ele tinha também ido à Califórnia, onde havia feito entrevista com uma série de pesquisadores. Na verdade, foi um grupo muito interessante que acabou influenciando muito as teorias de comunicação. Círculo cibernético foi um grupo de 40, 50 especialistas estrangeiros que os EUA convidaram durante a guerra, e também continuaram depois da guerra, para estudar a mente humana. E isso deu origem à questão da inteligência artificial e como funciona a mente humana, como que ela se estrutura.

Para estudar a mente humana eles tiveram que ir um pouco para a comunicação. Sfez esteve lá, entrevistou um grupo de pesquisadores que trabalhava, não exatamente nas ciências cognitivas, mas exatamente nos estudos do cérebro acoplado à questão da comunicação. Então, naquele momento ele teve acesso àquilo que estava surgindo na época. Era o construtivismo radical, que teve uma influência, uma troca muito grande e que gerou, nos Estados Unidos, pensadores como Humberto Maturana e Niklas Luhmann, que adotaram um pouco este tipo de lógica. Na verdade, foi uma lógica que se contrapôs a tudo que se sabia até então sobre comunicação. Foi, talvez, o primeiro momento em que se começava a estudar comunicação, não tanto quanto estas tecnologias ou dos grandes sistemas que se chama midiologia – estudo dos medias, mas outro lado, o estudo de como a comunicação acontece exatamente nas mídias. A partir

deste trabalho eles começaram a questionar um pouco o conceito de comunicação que até então era dominante.

“Não se pode confundir comunicação com um sistema de bolas que entram em um tubo e outra pessoa vai recebê-las do outro lado. Isso é uma condição que pode funcionar nas chamadas ciências duras, mas nas ciências humanas não é assim que acontecem as coisas.”

Eles foram para os Estados Unidos na época da Segunda Guerra, todos eles foragidos da Alemanha nazista, lá se estabeleceram e começaram a desenvolver estudos do cérebro. Diziam que a comunicação é, primeiramente, um processo impossível ou extremamente difícil, porque você nunca consegue, de fato, passar ao outro o que você está vendo, sentindo ou percebendo. Isto é, o ponto de vista do humano é uma coisa que não se dá. Apesar de a primeira geração da cibernética, daquele pessoal que começou a desenvolver cibernética, falar em termos de comunicação como um esquema composto por caixinhas ligadas por fios e emissor, canal, receptor, etc. Esse esquema veio da matemática e veio também das ciências. Passaram a usar termos como informação, comunicação, tudo isso para os processos físicos. Isso desde começo do século 20. E nós adotamos este modelo de pensar comunicação, como caixinhas ligadas por fios. Como se comunicação fosse algo que você joga de um ponto para outra pessoa e a outra pessoa captura aquilo do outro lado. A ideia de que a comunicação fosse algo, alguma coisa, como se fosse um objeto. Não se pode confundir comunicação com um sistema de bolas que entram em um tubo, que você coloca de um lado e outra pessoa vai recebê-las do outro lado. Isso é uma condição que pode funcionar na física ou em outras ciências, chamadas duras, mas nas ciências humanas não é assim que acontecem as coisas.

O que acontece é o seguinte, você fala, você emite algumas coisas e o outro ouve. Apreende aquilo, mas o tratamento que o outro vai dar é uma coisa insondável, eu não sei o que vai acontecer na cabeça da outra pessoa, eu não tenho ideia de como a coisa vai repercutir. Então eles introduziram um pouco essa mudança nos termos da comunicação, alterando radicalmente o paradigma da comunicação. Comunicação não é esse conceito, digamos, popular da coisa. Eu te transmito algo, eu passo a você algo, eu compartilho com você algo, como se esse algo tivesse uma existência real. Não tem. Não tem existência real porque são fenômenos, são processos que acontecem de um lado, mas que, do outro lado, a maneira como se recebe aquilo, é totalmente insondável, não se sabe. Como diz Humberto Maturana, no processo de comunicação, um corpo, uma gente, produz uma mensagem, um texto, uma fala, o outro trabalha esta fala da sua maneira, segundo seu próprio modo interno de fazer e realizar sua auto-poiese, que é a maneira como eu internamente vou decodificar, segundo meus critérios. 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.

Sfez foi lá, pesquisou e publicou um livro na França, o *Críticas da comunicação*,

que depois foi publicado no Brasil. Livro que cheguei a usar muito nos anos de 1990. Ele não era muito conhecido. Sfez veio ao Brasil, fez algumas palestras. E isto, para mim, teve uma importância muito grande porque foi a primeira vez que eu vi que os modelos que são usados no Brasil em teorias da comunicação não entravam exatamente neste tipo de questão. A gente tinha essa herança da Escola de Frankfurt, que tinha [Theodor] Adorno, [Jürgen] Harbemas, Walter Benjamin; nós tínhamos a escola francesa da semiologia etc. Você está, ainda, trabalhando em um ponto de vista à distância, como algo que você observa ao longe e que está produzindo uma série de resultados.

Tem também a pesquisa em Columbia. Que vocês conhecem do [Paul] Lazarsfeld. Lazarsfeld foi uma figura muito interessante, ele trabalhou junto com o [Max] Horkheimer. A Escola de Frankfurt foi extremamente conectada com o grupo do Lazarsfeld. Lazarsfeld trabalhou em Viena, em 1927, e criou lá o primeiro laboratório de pesquisas de audição de rádio. Na época o grande veículo de comunicação. Os alemães sofrendo constante ameaça da escalada fascista, eles começam a se incomodar muito com o que estava acontecendo e queriam saber como estava a cabeça do trabalhador alemão. Daí criou-se o Instituto de [Pesquisas Sociais de] Frankfurt para pesquisar um pouco como é que estava estruturado o pensamento destas camadas populares, que estavam sendo objetos da sedução nazista. Horkheimer, quando assumiu o Instituto de Frankfurt, em 1930, convidou Lazarsfeld para fazer a tabulação das pesquisas. Ele queria fazer pesquisas de campo, ele queria que a filosofia deixasse de ser uma coisa, assim, estratosférica. Ele queria ver, na prática, como estava funcionando a coisa.

“Já que não aceitávamos modelos matemático ou físico da comunicação, era preciso construir outro modelo, propor outro modelo, porque a área estava cheia de pessoas que trabalhavam na comunicação, mas nenhuma delas definia exatamente o que era comunicação.”

E essa ligação é muito mal compreendida na nossa área. Nossa área trabalha meio que de uma forma um pouco negativa em relação a Lazarsfeld e vê a Escola de Frankfurt por um lado um pouco mais, digamos, um pouco mais de nobreza, mas não existia isso. Tanto Lazarsfeld quanto Horkheimer tiveram que deixar o solo europeu, foram para os Estados Unidos e criaram, é claro, escolas diferentes. O próprio Adorno teve muitas dificuldades nos Estados Unidos, convidado pelo Lazarsfeld para participar de estudos sobre audiência de rádio. Adorno era uma pessoa que separava o que ele chamava de ‘a grande arte’, arte nobre, de artes populares. Isso causou muito mal estar no público americano, porque ele meio que classificava [mal] as coisas populares, inclusive canções de protesto, movimentos contra a Guerra do Vietnã, e ele falava que aquilo tudo era um prejuízo muito grande, que significava uma mercantilização do tema político.

O que acontecia na época? A comunicação era um fenômeno muito sério, mas, ao mesmo tempo, pouco conhecido em sua natureza, de como a coisa funcionava. Nós trabalhamos com esses referenciais. Durante muito tempo, na universidade, eram os referenciais que a gente tinha. Trabalhamos também com [Marshall] McLuhan, com os referenciais da semiótica e, na verdade, são campos muito distintos, com aplicações

muito diferenciadas e, em geral, centrados no objeto ou na fonte. Isso me pareceu um lado meio que deficitário da questão da comunicação, pareceu-me que era preciso voltar um pouco os olhos para o procedimento da comunicação.

Daí começou, em São Paulo, a partir do ano 2000, um projeto para estudar exatamente como isso acontece; como acontece a comunicação do ponto de vista de seu tratamento. Nós demos o tratamento à comunicação que nós recebemos. Não se trata de pesquisa de recepção. Pesquisa de recepção também é uma pesquisa em escala, em quantidade, e ela não diferencia muito as diversas formas de apreensão da comunicação. Então, começamos a trabalhar, e foi preciso rever um pouco o conceito do que é, afinal de contas, comunicação. Já que não aceitávamos os modelos matemático ou físico da comunicação, era preciso construir outro modelo, propor um modelo porque a área estava cheia de pessoas que trabalhavam na comunicação, mas nenhuma delas definia exatamente o que era comunicação. Então o Brasil trabalhou isso como algo óbvio: você tem uma imprensa, você tem uma televisão, você tem uma empresa de publicidade, então, você está fazendo comunicação e ponto final. As pessoas não se questionavam muito sobre o que está acontecendo. Como comunicação? Que comunicação é essa? Qual a qualidade dessa comunicação? Qual a densidade dessa comunicação? Esse foi um objeto que era preciso trabalhar um pouco mais, sobre a própria comunicação.

Daí o que a gente fez? Começamos a fazer uma varredura em todos os estudos que eram feitos sobre comunicação, sobre todas as escolas que estavam disponíveis. Fomos ver o que foi feito em termos de percepção, em termo de sensações, em termos de estética, ou seja, como o passado via essas coisas de comunicação. Com essa varredura a gente chegou a um peneiramento. Para isso nos serviu muito um lado do pensamento francês, que foi o pensamento dos pós-estruturalistas, especialmente o [Gilles] Deleuze, mas um pouco também de [Michel] Foucault. Gente que rompeu com o estruturalismo e passou a fazer um tipo de leitura diferenciada dos fenômenos sociais, se bem que, raramente, eles falavam da palavra comunicação. A comunicação na cultura francesa tem uma concepção negativa. Comunicação é algo que vem gratuitamente, algo que vem na minha caixa de correspondência, algo que me é imposto. Então, para o pensamento francês, comunicação é algo negativo. Eles sempre evitaram um pouco o uso deste termo, já que se tratava de uma coisa que você não pede, mas que é imposta, como algumas formas de publicidade.

“Se você incorpora algo novo que vai aumentar a tua complexidade, se você vai transformar aquilo que vem de fora em algo que te acrescenta, no sentido de expandir, essa forma de expansão eu chamo de comunicação. Quer dizer, é aquilo que nos torna vivos.”

Lendo e discutindo algumas proposições dos franceses, nós constatamos que comunicação é muito diferente de informação. Comunicação não é algo que se confunde com a informação, já que informação é muito identificada com o processo jornalístico. Se você quer entrar no cotidiano, você pega um jornal e vai na seção que interessa. O que é, para mim, informação pode não ser para outro. Informação é uma coisa relacio-

nal, vou buscar aquilo que me interessa; se aquilo não interessa a mim pode interessar ao outro. Então, é sempre uma coisa muito particular que vou buscar.

E o jornalismo é um pouco isso. Todos os dias a gente vai atrás para saber o que está acontecendo, até as coisas mais triviais: previsão do tempo, programação cultural, resultado esportivo. O jornalismo vive disso, da necessidade que as pessoas têm de se atualizar, mas isso não interfere no seu mundo. Não é algo que eu vou ler para me transformar, para entrar em confronto com as minhas concepções. Eu não vou buscar na informação algo para me questionar. Mas, ao mesmo tempo, também nós não nos satisfazemos só com esse abastecimento de informes diários. Existe outro momento no nosso processo psíquico em que a gente também busca ampliação, conhecer mais coisas, aquelas que nos são obscuras, desconhecidas. Nós temos que ter um pouco essa pulsão, a pulsão de ir atrás de outras coisas. E para isso então funciona a busca do conhecimento do diferente, do novo, do desconhecido.

Uma coisa curiosa que acontece na mente da gente é o seguinte: quando nós nos colocamos diante da informação jornalística, isto é feito de uma maneira absolutamente racional, seletiva. Eu filtro aquilo que eu recebo. Se eu recebo alguma coisa de uma fonte confiável, eu incorporo. Se eu recebo alguma coisa não confiável, eu simplesmente descarto. Há um processo racional de filtração daquilo que se recebe. Agora, quando eu estou diante de um objeto estético, quando estou diante de alguma coisa ficcional, eu não tenho esse tipo de, digamos, filtro. Eu me submeto mais ao que vem, eu me abro mais, eu concedo mais espaço para o desconhecido. E o desconhecido pode, aí sim, provocar, trazer algum questionamento. E quando traz algum questionamento, quando me provoca, faz pensar, eu diria, então, que aí aconteceu comunicação.

Este critério foi proposto como critério da comunicação. Na verdade, alguns chamam isso de ‘devir’. Especialmente o pensamento francês chama isso de ‘devir’. ‘Devir’ é quando você entra em contato com algo. Na verdade, você entra no espaço comum com essa outra coisa; você sofre influência dessa coisa, mas você não se torna essa coisa. Você permanece você mesmo, mas agora sob o efeito desse algo diferente. Esse é o processo do ‘devir’, que é um processo de transformação. Você incorpora algo novo que vai, digamos assim, no termos da teoria da complexidade, aumentar a tua complexidade. Você vai transformar aquilo que vem de fora em algo que te acrescenta, no sentido de expandir, essa forma de expansão eu chamo de comunicação. Quer dizer, é aquilo que nos torna vivos. O que nos torna vivos é a possibilidade de estar sempre incorporando algo novo, essa capacidade que você tem de poder sempre expandir a partir do contato que tem com aquilo que não é você, aquilo que é novo, que é estranho, que é desconhecido. Você só consegue quebrar os estereótipos quando entra de fato em contato com esse outro deste desconhecido, quando entra de fato em contato com esse outro que na verdade tem um componente de mistério, estranhamento, da diferença. Quando você entra em contato com a diferença, então quebra, digamos assim, noções já constituídas. Você pode dar isso que estou chamando de salto, que é a abertura. Abertura da mente para o outro, o desconhecido para o outro.

A partir disso que estou chamando de ‘devir’ ou comunicação, que significa que

são coisas que transcendem o que nós pensamos, coisas que chegam a nós através de um nível que o pensamento ainda não tinha atingido, mas que passa a considerar. Você passa a considerar isso diferente, o que vai, então, provocar seu pensamento e fazer com que seu pensamento reaja àquilo e incorpore ou não de uma forma que você jogue com aquilo. Esse 'impoder do pensamento', esse 'dever' é como, digamos, o pensamento francês encara a comunicação. E é aqui que eu jogo um pouco com outra leitura da comunicação, como algo que nos mantém vivos, algo que nos mantém seres pensantes com capacidade de evoluir enquanto seres pensantes, na medida em que nós incorporamos mais do mundo e diluímos o que são os vícios, preconceitos e clichês.

Este seria, digamos assim, um critério. Um critério de como separo a comunicação da informação, que por sua vez também separo da sinalização, que já é um processo bem mais elementar do ser humano diante do mundo. Então eu propus, já em 2007/2008, essa nova maneira de ver a comunicação como um procedimento típico da nossa área, uma forma de a nossa área se justificar do ponto de vista da sua identidade, identidade que não tinha. Estou convicto de que, até então, não tínhamos identidade enquanto área da comunicação. Nós éramos, digamos assim, objeto de outras áreas que se ocupavam de temas da comunicação. Eram quase sempre critérios naquilo que se chama relação sujeito-objeto, você aqui, a coisa lá. Você aqui julgando a coisa do outro lado, avaliando, estabelecendo critérios, estabelecendo o que é certo e o que é errado, todo esse tipo de leitura que o Maturana chama de ponto de vista de Deus. Você, acima de tudo, julgando as coisas e dizendo o que está certo e o que está errado, o que é comum nas ciências dedutivas, tipo sociologia, alguns tipos de antropologia, mesmo de psicologia e psicanálise.

"O Luhmann tem um livreto, chamado A improbabilidade da comunicação, dizendo que comunicação é alguma coisa altamente improvável, que ela acontece de uma forma muito rara. [...] Para ele, a comunicação só se realiza através de certos mecanismos que forcem você a incorporar a coisa."

Então, não me parece que era isso que a nossa área precisava. Nossa área nunca iria criar identidade se não trabalhasse exatamente com o processo, o fenômeno, da comunicação. O Luhmann tem um livreto, chamado A improbabilidade da comunicação, dizendo que a comunicação é alguma coisa altamente improvável, que ela acontece de uma forma muito rara. Para ele a comunicação só se realiza através de certos mecanismos que forcem você a incorporar a coisa. Ele fala, por exemplo, no sistema religioso. Se a pessoa não se convence, você usa um mecanismo chamado fé, então aí a pessoa aceita. No sistema jurídico, se a pessoa não entende, você fala de um mecanismo chamado lei, então a pessoa aceita. Você tem certas maneiras de forçar que a coisa aconteça, porque, espontaneamente, ela não vai acontecer.

O que me atraía, na verdade, era trabalhar um pouco essa coisa de comunicação, porque ela é improvável, porque ela é difícil, porque que ela é rara, porque ela nem sempre acontece. Também porque nosso cotidiano está cheio de obstáculos na comunicação, está cheio de formas que simulam a comunicação, mas que não são comunicação. Co-

mente a história dos aparelhos celulares, a questão dos sistemas de conexão que nós temos aí no mundo, cada vez mais. Estamos meio que neste inflacionado. Nós temos uma inundação de tecnologia de conexão, mas ela vem meio que para ocupar um espaço da não comunicação, da incomunicação. Comunicação que vem exatamente deste processo humano, especificamente humano, de você criar diálogos, criar mecanismos para trabalhar com a mente do outro. Isto não é, digamos assim, o grande investimento tecnológico, comercial, industrial do nosso tempo. Não, não se investe nisso, não se investe nessa questão dos vínculos com os contatos humanos. E isso é algo que, na verdade, faz falta e talvez seja por isso que eu invisto nesta questão na nossa área, porque é não só a identidade da comunicação, mas é a própria sobrevivência da área enquanto um campo. Tem certa autonomia e certa força, certa energia de mexer com as pessoas.

As pessoas, hoje, estão anestesiadas. Elas estão indiferentes, elas simplesmente sobrevivem. Há poucos momentos em que você é provocado para pensar, para considerar o diferente, e eu acho que este é o grande dilema. Acho que esta é a grande questão da comunicação hoje, que é você retornar um pouco para aquele princípio de que o humano, ele pode, ele tem condições de agir com outro humano e disso surgirá algo produtivo, novo e diferente. Que é um pouco a contracorrente de hoje. As pessoas estão se isolando, deixando-se e abdicando, quase, da comunicação. Esse é o princípio básico com o qual a gente trabalha e com o qual a gente também estimula as pesquisas na graduação e na pós-graduação e faz com que as pessoas entrem um pouco mais nesse campo para visitar, conhecer, participar de fatos ou acontecimentos comunicacionais e ver o que está acontecendo ali, que tipo de comunicação ocorre ali, qual a qualidade dessa comunicação.

Uma professora lá de Uberlândia, de telejornalismo, resolveu mudar um pouco a maneira de ensinar, fazendo com o que os alunos se atirem no campo. De uma forma não, digamos, fechada, em estúdios, fazendo programas para si mesmos, mas entrando um pouco no mundo, atirando-se um pouco no mundo para produzir e vivenciar e trazer aquilo de volta, como uma experiência de quase jornalismo investigativa, que você vai atrás, faz um tipo de rastreamento das coisas, como elas acontecem, de vivência e não meramente práticas, digamos, repetitivas. E a vivência é algo que tem muito a ver com esse tipo de estudo da comunicação. A pesquisa convencional separa você do teu objeto, seja ele uma planta, uma cobaia ou algo em que você faz uma série de intervenções no seu objeto e vê o que acontece. Você meio que administra, controla, domina, domestica a coisa.

"Comunicação que vem exatamente deste processo humano, de você criar diálogos, criar mecanismos para trabalhar com a mente do outro. Isto não é o grande investimento tecnológico, comercial, industrial do nosso tempo. Não se investe na questão dos vínculos com os contatos humanos."

Eu acho que no nosso campo, a pesquisa é o contrário. Você não tem que domesticar nada, não tem que legislar sobre nada. Você tem é que saber sentir a coisa como ela acontece e trazer para o seu próprio conhecimento. Uma operação inversa, que é uma questão de abrir a cabeça, abrir a cabeça

do aluno, abrir a cabeça do pesquisador de pós-graduação, no sentido de ele dar chance àquilo de diferente que possa também fazer parte do seu quadro de ideias, de pensamentos, de proposições. Para quebrar um pouco essa burocracia do ensino superior, essa burocracia da pós-graduação. Burocracia que é você entrar na pós-graduação e ter que fazer certos esforços obrigatórios, mesmo que não lhe interessem. Você fica meio que escravo do teu orientador e vai fazer uma pesquisa que não é a sua, vai entregar uma dissertação, uma tese que não é a que você gosta, que ninguém vai ler e que vai ser chatíssima. A vida acadêmica precisa ser esse terror, precisa ser essa coisa obrigatória, forçada, comprimida, burocrática? Não, eu acho que, ao contrário, tem que ser algo que dê prazer. Ficar de uma forma que você goste, que você se apaixone, que você se sinta envolvido com aquilo, produza coisas das quais tem orgulho. Para isso você tem que quebrar um pouco certos padrões, certos rigores da academia.

RP: *Ciro, você falou a respeito da questão da percepção de comunicação como transformação do sujeito, transformação da sua maneira de ver o mundo. Eu queria entender como entra nessa equação o conceito de formação, mas o conceito de formação candiana, digamos assim, aquela formação que Antonio Candido postulava, por exemplo, na literatura. No livro Formação da literatura brasileira ele diz que não teríamos um Machado de Assis se antes não tivéssemos aqueles autores de discursos antiquados, aqueles autores de discursos chatos. Ele cita esses outros autores que, de alguma maneira, dentro desta perspectiva de formação, ele acredita que foram necessários para sedimentar algo e conseguir chegar a um ápice.*

CM: Sim, sim. Você tem que estimular de alguma forma o aluno ou o orientando. O pós-graduando já te conhece ou já conhece pessoas que já estudaram aqui, já vem com determinada leitura. Mas o aluno de graduação, normalmente, não vem com essa leitura, ele não sabe nada disso, você tem que introduzir e estimular, tornar aquilo uma coisa agradável e prazerosa para o próprio aluno da graduação. Há, então aí, digamos, um desafio diante deste aluno, exatamente o de criar um tipo de vinculação, um tipo de gosto, um tipo de prazer naquilo que está sendo feito, que o torne interessado naquilo. Aí está o desafio de cada um. Isso leva, eu acho, à história da formação. Isso faz com que ele não dependa só de você. O aluno nunca pode depender só do professor, do que ele faz, senão, na verdade, vai ser um mero repetidor do que você faz. Você tem é que estimular o interesse dele em procurar mais fontes, em abrir a cabeça. Aí a formação, é claro, ela é importante. Mas ela não é, digamos assim, o principal. Você precisa instigar, facilitar, apoiar, apoiar a busca do próprio aluno. Então a questão da formação, ela tem um pouco da tua parte, mas como um estimulador, não aquele que vai, digamos assim, instalar a informação no aluno. A informação é ele que vai construir.

RP: *O senhor falou que a comunicação, muitas vezes, para que ela ocorra, tem que romper certos paradigmas, clichês, estereótipos. O senhor criticou muitas dessas escolas por já estarem ultrapassadas. Como a noção de ultrapassar essas escolas entra nesse conceito de comunicação a partir do*

momento que você consegue visualizá-las e identificar onde elas estão ultrapassadas?

CM: São múltiplas as questões que você está colocando. A primeira é essa dos clichês, dos estereótipos. Na verdade, a gente sofre culturalmente o bombardeamento de estereótipos. Estereótipos, na verdade, são pensamentos já prontos, sintéticos e que evitam o raciocínio. Você não pensa, você simplesmente incorpora aquilo e passa a usá-lo de uma forma imediata. Você só consegue questionar ou desfazer dos estereótipos através da diluição do próprio estereótipo, através da diluição daquilo que, na verdade, formou um pensamento mais ou menos fechado. Isso se dá através do próprio questionamento de como isso foi constituído, ou seja, da abertura. Você tem que ouvir, ter acesso a outras fontes. Agora, com respeito à ligação que você fez com as teorias de comunicação. Você questiona o paradigma pela própria realidade. Na maioria das vezes você sente que aquilo não é mais atual ou é atual apenas em certos aspectos, mas em outros já está ultrapassado. Existe uma constatação disso na realidade com certos paradigmas: paradigma da indústria cultural, paradigma de certos modelos, mitologias. Talvez as pessoas nem tenham conhecimento de como se construiu aquilo, simplesmente adotaram. Para alguns paradigmas o próprio momento se empenha em desfazê-los porque você sente a falta de atualidade disso. Aí entra, claro, a capacidade do professor, do pesquisador, do estudioso de abrir mão desse paradigma e tentar atualizá-lo na medida em que for possível. Hoje em dia, na verdade, a realidade cria situações tão inusitadas que você já mal pode se apoiar nesses paradigmas antigos, exatamente pelas questões da dinâmica, da temporalidade, da inovação tecnológica constante e sempre em mutação. Sobre a demolição de uma série de paradigmas que nos sustentavam na comunicação. Isso tem um lado negativo, mas também tem outro lado interessante. Se adotar essa perspectiva, você está também numa nova maneira de olhar todos esses acontecimentos atuais a partir do que você ainda não tem como já definido. Se você próprio começar a repensar um pouco o quadro. Acho que todos nós temos condição realmente de elaborar novas maneiras de ver, ver o real.

RP: Por que o senhor acha que o seu modelo é melhor que os anteriores desenvolvidos até agora?

CM: Vivemos um momento decisivo na política atual e onde estão os pesquisadores disso, do campo da sociologia? Então, de repente cabe a nós, da área da comunicação, tentar um pouco trabalhar isso, que é esse componente. A sociologia tem um conceito que é o da interação. Interação é algo que não é visível. Nós estamos aqui reunidos, 20 pessoas em uma sessão. Entre nós todos, além da minha fala, da fala de vocês, da nossa presença física, existe algo que se chama interação, que é algo que define um pouco o clima, essa atmosfera que nos reúne aqui. Isso tem força. Isso interfere na comunicabilidade. Isso é um componente que o pensamento sociológico ignora, mas se você pegar um sujeito como Michel Deisser, que vai falar que entre as pessoas existe algo que é decisivo na comunicabilidade, há aí um componente que precisa entrar no esquema. Não há método para isso no campo convencional. O que você faz? O Twitter teve uma função excepcional na eleição do Barack Obama. Então, você não pode mais jogar com o modelo da época do século 20, das campanhas, as coisas não funcionam mais assim. Ela

exige uma velocidade do pesquisador para dar conta disso, que são essas mensagens rápidas que trocam o tempo todo. Como estudar isso? É claro que isso é difícil. Você fazer uma varredura de todos os tuitos que aparecem? Também não. É uma coisa de louco, mas há sistemas que estão começando a avaliar, a medir, a mensurar, a quantificar isso e que dão um caminho. Por isso estava falado de atualização. Às vezes, você próprio tem que se sobrepor ao campo de conhecimento e dizer não. Eu acho que eu tenho um modelo mais atual para isso. Meu modelo vai vingar mais que os modelos que estão aí. É um pouco esse o nosso desafio, que é propor novas formas e nós próprios interferimos na própria epistemologia.

RP: Qual a sua opinião sobre duas questões: a falta de autores de referência, que em outras ciências chamamos de clássicos, e a dificuldade metodológica no campo da comunicação. O que as pessoas nos perguntam é de onde o senhor tirou essa metodologia? Como o senhor consegue provar? Existe uma cobrança muito grande de resultados mensuráveis das ciências humanas.

CM: É o nosso vício. Nós somos um pouco objetos desse tipo de vício intelectual. Heinz Von Foerster é um pesquisador do cérebro, sujeito que trabalha com biologia. Ele fala o seguinte: as ciências humanas são muito mais complexas que as ciências exatas. As ciências exatas têm as coisas já bastante regradas e você pode repetir a questão da interação. Mesmo nas pesquisas, qualquer um que fizer vai ter os mesmo resultados. Então, são meio que convencionais. Mas as ciências humanas contêm uma dose de imprevisibilidade, muitas variáveis absurdamente capturáveis. Por isso que nas ciências humanas a pergunta filosófica 'O que é isto?' não cabe. Você nunca vai poder afirmar que aquilo é aquilo. Essa questão não cabe nas ciências humanas, porque ela não dá conta de todos os componentes; os componentes invisíveis, que você não sabe que estão aqui, mas estão interferindo nas coisas. Então, para nós, de fato, as metodologias não podem ser assim.

RP: Qual seria o caminho? Qual lógica metodológica teríamos que ter?

CM: O que um colega fez? Ele tinha que pesquisar o Twitter, a sociologia não tinha instrumental para isso. Ele teve meio que fabricar um procedimento metodológico para dar conta de seu objeto.

"Eu acho que no nosso campo a pesquisa não tem que domesticar nada, não tem que legislar sobre nada. Você tem é que saber sentir a coisa como ela acontece e trazer para o seu próprio conhecimento. Uma operação inversa, que é uma questão de abrir a cabeça."

RP: Mas a gente não vê muita gente fazendo isso?

CM: Não tem. É desaconselhado o tempo todo. Pare com essa coisa, desista disso, isso não vai levar a nada. Nós precisamos insistir que a nossa forma de estudo trabalha com grande grau de incerteza e indeterminação, mas é o que temos à disposição para estudar e pesquisar.

RP: A comunicação é assim. E na filosofia, que tem no pensamento o seu grande material, seu caminho, essa cobrança também existe?

CM: Mas a filosofia é uma ciência especulativa. Se é especulativa, você não precisa provar nada. Ela propõe uma série de desdobramentos, mas não precisa provar nada. Ninguém cobra isso da filosofia, como ninguém cobra da literatura ser verdadeira. Mas ela, às vezes, é mais verdadeira que outras ciências. Nós estamos comentando sobre o Balzac, que é a maior descrição da sociedade francesa da época, mais do que o estudo sociológico. Então, às vezes, o ficcional é tão convincente, tão verdadeiro. Como dizia o Novalis, "quanto mais poético mais verdadeiro". No fundo, você vai ver que o campo da ficção, como não tem compromisso com nada, pode, ao contrário, ser muito mais verdadeiro.

RP: Interessante. O cineasta Cacá Diegues, em uma palestra aqui em Goiânia, falou sobre ficção e documentário e citou o filme dele Bye bye Brasil. "Olha, eu tenho registro histórico do Brasil naquela época que é muito mais fidedigno dentro de uma ficção" e logo em seguida fui rever o filme e ficou fácil perceber isso. O Mário Vargas Llosa escreve, em um ensaio, que é preciso diferenciar a mentira da ficção, pois ficção não é mentira. A ficção traz uma verdade interna que ela respeita de uma maneira muito rigorosa. É claro que você tem que embarcar nela, você não tem que comprová-la empiricamente, mas ela está comprovada na própria construção ficcional e não é mentira. Mentira seria a distorção proposital de algo com interesse específico.

CM: Sim, exatamente.

RP: Em 2010, quando completei minha tese lá na Espanha, que era também sobre Twitter, eu queria comprovar sobre as coisas que estavam acontecendo na comunicação e no jornalismo em si, como a gente estava tendo acesso à informação e quem respondeu essa pesquisa, que era online, foram as pessoas do Twitter. Eu tinha 498 respostas de 32 países. Então, na hora de apresentar disseram que era muito ingênuo, que o Twitter tem dono.

CM: A nuvem tem dono?

RP: Isso, em 2010. Aquilo não tem jeito de ter dono. Também é muito inusitada essa história de fazer uma pesquisa de mercado usando pessoas que estão distantes. Não tem como, é uma coisa complicada. Mas, naquela mesma tarde de minha defesa, um rapaz pôs fogo no corpo e começou a Primavera Árabe. Eu estava tentando documentar algumas coisas que estavam se abrindo, mas o pessoal não estava muito aberto.

CM: Sim, não estavam muito abertos porque não estão acostumados a considerar como válido esse tipo de investigação, que não segue um padrão, um rigor, uma burocracia, que na verdade hoje não diz muita coisa. Não consegue revelar muita coisa, especialmente nas ciências humanas. Mas há certa cobrança, mesmo das ciências humanas, de sempre se sentir em situação de inferioridade, ter um complexo de inferioridade dentro das outras ciências e precisar sempre se justificar. O próprio [Sigmund] Freud teve que se sujeitar a isso. Não precisava, mas ele criou aquela história do fluxo interno das pulsões como algo correspondente à primeira lei da termodinâmica. Por quê? Porque assim a mentalidade da época iria validar aquilo que ele estava falando com alguma cientificidade. Gente, ele



está falando de outro mundo, de outra coisa que não precisava daquilo, mas você é obrigado, você é forçado a ter que corroborar com a linguagem que eles entendem, porque aí você vai ser validado. Você vai ter que se submeter um pouco a esse pensamento.

Ciro Marcondes

Doutorado em Sociologia da Comunicação pela Universidade Johann Wolfgang Goethe, UJWG, Alemanha (1981). Pós-Doutorado.

Universidade Stendhal de Grenoble, USG, França (2000). Livre-docência.

Universidade de São Paulo, USP (1983)

Mestrado em Ciência Política pela Universidade de São Paulo (1976).

É professor titular da ECA-USP desde 1987 e Pesquisador de conceito 1A do CNPq.
