

Resenha

Para entender a comunicação: contatos antecipados com a nova teoria
(MARCONDES FILHO, *Ciro. Para entender a comunicação: contatos antecipados com a nova teoria*. São Paulo: Paulus, 2008).

Patrícia Lins¹

A mais recente obra do jornalista, sociólogo e professor *Ciro Marcondes Filho* se dedica a descrever as linhas de uma nova teoria da comunicação. Com 172 páginas, publicado pela Editora Paulus e acompanhado com um CD-ROM de conteúdo dinâmico, a obra antecipa os resultados de duas décadas de pesquisas realizadas na Universidade de São Paulo, onde o autor leciona.

O principal argumento do livro é que, apesar das várias pesquisas desenvolvidas nas faculdades de comunicação, muito poucas são pesquisas em comunicação no sentido estrito. Isto se deve, de acordo com o autor, porque o próprio conceito de comunicação também não está bem esclarecido para todos.

Para *Marcondes Filho*, comunicação é algo que ocorre entre as pessoas, uma relação que se estabelece entre mim e você ou entre mim e uma coisa, e que depende mais da recepção do que da emissão; é um fenômeno raro, mas que não é impossível. Para chegar a esta definição, o autor dedica o capítulo “Sobre a comunicação” para falar também sobre o que *não é comunicação*: ela não é transmissão, enquanto passagem de algo a outro; não é sinalização, no sentido de envio simples de mensagens e notícias.

Tendo conceituado a comunicação e considerando-a como o objeto dos estudos comunicacionais, o escritor vai dizer que pesquisar comunicação neste campo é “estudar o processo e a constituição da relação que se cria entre as pessoas comunicantes [...]; é falar da interveniência de fatos extra linguísticos na comunicação [...]; trata-se da captura do momento em que a comunicação se realiza” (MARCONDES FILHO, 2008, 09).

De tal forma, *Marcondes Filho* sugere uma nova teoria da comunicação, que dê conta da velocidade da inovação tecnológica, que não confunda as áreas temáticas

¹ Mestre em Sociologia pela UFPB.

(adentrando em assuntos particulares da sociologia, da história, etc.) e que proponha parâmetros teóricos e operacionais novos.

É no prefácio e no capítulo introdutório da obra que o autor expõe estas principais ideias sobre a nova teoria proposta. Nos capítulos seguintes, ele vai passeando por áreas em que a comunicação possa se fazer presente: o diálogo entre duas pessoas; o diálogo coletivo; a educação e o ensino; a imprensa; os produtos culturais (cinema, literatura e arte); a internet; a política e a opinião pública; o entretenimento; e a publicidade. Em cada um dos capítulos o autor discorre sobre uma destas áreas, refuta mitos e teorias ultrapassadas e enumera novas questões em relação à comunicação.

Para tanto, Marcondes Filho desenvolve um método muito interessante. Ele cria um grupo de discussão imaginário, formado por cinco personagens que se reúnem para discutir problemas pessoais cotidianos que estão intimamente associados a questões comunicacionais da sociedade atual. Cada reunião do grupo aborda um tema diferente, que corresponde ao tema tratado no capítulo do livro.

Assim, cada capítulo inicia-se com diálogos destes personagens singulares, seguidos, então, pelas exposições do autor. Ao fim de cada capítulo, conta-se também com um quadro que resume as principais teses ali debatidas e sugestões de atividades para o professor trabalhar em sala de aula. Mescla-se assim ficção e texto acadêmico de uma maneira bem didática.

É no último capítulo da obra, sob o título “Como pesquisar”, que Marcondes Filho vai apresentar de forma mais clara os elementos da nova teoria e dos novos modelos de pesquisa que ele propõe. Após um breve levantamento das “antigas pesquisas”, ele apresenta os objetivos da nova pesquisa em comunicação, resumidas da seguinte forma: detectar o acontecimento; sentir a relação que se cria; observar a ocorrência do extralinguístico e a realização do momento do sentido; participar do evento; considerar a recepção; e adaptar a metodologia.

A pesquisa sugerida na obra, por considerar que a comunicação é um acontecimento, exige do pesquisador a sua presença no instante da comunicação, para que ele possa detectar elementos essenciais para a nova teoria, como as sinalizações extralinguísticas carregadas de valor comunicacional produzidas pelos comunicantes, bem como o *momento* do sentido da comunicação.

Dessa forma, o pesquisador não pode ser um simples observador, mas necessariamente um participante, que deve *sentir* a comunicação a ser estudada. A metodologia, pois, é também diferente da tradicional e deve estar imbuída da dinâmica, da versatilidade e da mutabilidade contínua da comunicação.

O professor Marcondes Filho encerra o livro retomando cada uma das áreas que apareceram nos capítulos do livro (diálogo, imprensa, publicidade, etc.) e mostrando como a nova teoria pode ali se desenvolver e ser útil. É neste ponto - em que ele retoma os principais pontos do texto - que podemos tecer alguma crítica ou elaborar algum posicionamento em relação a tudo o que foi exposto.

Devido principalmente à dificuldade de se apontar um objeto de estudo para a comunicação, além da interdisciplinaridade que percorre cada artéria dos estudos de comunicação - às vezes levando à confusão entre as disciplinas - torna-se mister para o pesquisador atual repensar o conceito de comunicação e reconhecer a necessidade de novos modelos e paradigmas para o estudo da mesma.

Além disso, é imprescindível o *sentir a comunicação* que Marcondes Filho sugere, uma vez que estudar a comunicação não deve ser apenas quantificá-la, detectá-la ou descrevê-la. Este estudo participante, bem se sabe, afasta-se da mitológica e já ultrapassada objetividade pura do pesquisador e contribui para que a metodologia de estudo esteja bem mais próxima da vida não só do estudioso, mas de todos aqueles que possam fazer uso dos resultados da pesquisa.

Por outro lado, as teses apresentadas para a nova teoria, apesar de sugerirem versatilidade, se mostram, na verdade, muito radicais e fechadas. O fato de o autor considerar as formas de comunicação ficcionais (cinema, telenovela, publicidade) como objetos comunicacionais por excelência parece se contrapor ao argumento que aqui levantamos. Mas é no momento em que o autor vai considerar o jornalismo (com exceção da reportagem) como não comunicação e a internet como um meio incapaz de comunicar que podemos identificar os equívocos do autor.

De acordo com Marcondes Filho, o jornalismo apenas reabastece as pessoas ou reacomoda as suas opiniões; não muda, não *mexe* com a pessoa que o lê, o vê ou o ouve. A internet, por sua vez, não formaria uma relação de comunicação por não dispor do presencial no momento comunicacional.

Por se tratar da proposta de uma nova teoria, as sugestões do autor poderiam estar mais próximas da busca de um entendimento para as formas de comunicação que as novas tecnologias e a internet têm proporcionado à sociedade, ao mesmo tempo sem esquecer que as informações que os jornais nos trazem diariamente, se não nos são apenas transmitidas ou depositadas em nós (modelo linear) ou se não obedecem uma circularidade (modelo circular), mas, de alguma forma, é o que tem contribuído para que conheçamos um pouco mais sobre nós e sobre o mundo à nossa volta.

Estes são apenas alguns dos pontos que não ficaram bem claros na obra e que podem levar a uma certa discordância por parte do leitor afeito às pesquisas comunicacionais realizadas nos centros e grupos de estudo Brasil afora. De todo modo, nada tira o brilho desta corajosa, instigante e polêmica obra que o professor Marcondes Filho nos apresenta. Leitura cativante e também obrigatória para os que se arriscam hoje em enveredar neste campo da comunicação, no qual mal se conhece o antigo, se tenta insistentemente identificar o presente e quase se busca adivinhar o futuro.