

MATRIZes

ISSN 1982-8160

DOSSIÊ:

PPGCOM USP, 50 ANOS *Trajetórias Intelectuais Autorreflexivas*

Maria Immacolata Vassallo de Lopes
Clotilde Perez
Eneus Trindade
(Editores)

Alberto Efendy Maldonado
Ana Carolina Escosteguy
Fernando R. Contreras
Isabel Ferin Cunha
James Lull
José Luiz Braga
Joseph Straubhaar
Laan Mendes de Barros
Massimo Canevacci
Nilda Jacks
Pedro Hellín
Raquel Paiva
Raúl Fuentes Navarro



Editorial

ESTE É UM número especial de **MATRIZes**, dedicado a celebrar os 50 anos do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade de São Paulo (PPGCOM-USP), o primeiro do Brasil, fundado em 1972.

Para esta efeméride, convidamos reconhecidos pesquisadores brasileiros e estrangeiros, propondo a cada um a elaboração de uma autobiografia intelectual em forma de artigo para **MATRIZes**.

Quisemos, com isso, integrar o que hoje é um importante crescimento das análises crítico-reflexivas sobre as práticas da pesquisa e dos estudos no campo da Comunicação realizados pelos próprios autores. Essas autoanálises são, sem dúvida, sinais significativos de maturidade do campo e expressam uma tendência das epistemologias modernas: o esforço pela “objetivação da subjetividade” do sujeito do conhecimento (o pesquisador) frente ao objeto de conhecimento (o mundo). Essas epistemologias, em oposição às racionalistas tradicionais, vão além da preocupação com o objeto e passam a problematizar o sujeito que produz ciência. A historicidade do conhecimento acaba por ser reforçada pelas condições de sua produção, agora vistas e apropriadas pelo pesquisador, que passa a expressar sua trajetória de vida intelectual como um trabalho de autocrítica, ou melhor, um exercício de autorreflexividade sobre seu percurso intelectual.

Acreditamos, assim, que este número de **MATRIZes** cria uma boa oportunidade de avançar nas discussões sobre reflexividade na ciência ao propor um ângulo específico e ainda raro que é o da autorreflexão feita pelo próprio autor sobre os caminhos que percorreu, tudo em chave de uma epistemologia bachelardiana que incita o espírito científico à psicoanalisar o pensamento íntimo, carregado de individualidade, inspiração e imaginação. Essa proposição

vai ao encontro de abordagens epistêmicas contemporâneas que, na relação Sujeito-Objeto, problematizam, questionam e reveem principalmente a figura do Sujeito: o habitus intelectual feito de práticas, decisões, escolhas, rupturas, valores e subjetividades. Tais premissas conduziram os autores convidados à autocrítica e à crítica da ciência, abertas às suas condições de produção, que são tanto sociais como científicas e individuais. Deste modo, a reflexão autobiográfica passa a ser incluída pelo próprio autor em sua pesquisa, espelhando-se em exemplos que se tornaram referências entre nós, como *A formação de um intelectual diaspórico*, de Stuart Hall, *Esboço de autoanálise*, de Pierre Bourdieu, e *De la experiencia al relato: cartografías culturales y comunicativas de Latinoamérica*, de Jesús Martín-Barbero.

Desse modo, decidimos apresentar os percursos dos pesquisadores aqui presentes em ordem alfabética dos primeiros nomes de cada autor/a, os quais se destacam na pesquisa em Comunicação no Brasil e no exterior e que apresentam em suas trajetórias profissionais ou de formação relações profícuas com o PPGCOM-USP. Tal opção não buscou criar um efeito de sentido hierarquizador de importância de uma trajetória sobre a outra, pois compreende-se que todas são singulares e igualmente valiosas, o que nos dá a imensa satisfação de poder compartilhá-las, neste número de **MATRIZes**, como exemplos do pensar e fazer pensar sobre o nosso campo da Comunicação, frente às escolhas de cada um/a.

A primeira das trajetórias autorreflexivas é apresentada por Alberto Efendy Maldonado Gómez de la Torre, pesquisador equatoriano, radicado no Brasil, docente do PPGCOM da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS) e egresso do PPGCOM-USP, orientado por Maria Immacolata Vassallo de Lopes (USP). Em seu texto, *Uma aventura intelectual insurgente*, realiza uma exposição historiográfica de sua prática de pesquisa, relacionando os processos epistemológicos com aspectos cruciais da vida sociopolítica e cultural que o constituíram como intelectual. A reflexão também apresenta os contextos históricos decisivos para a estruturação gnosiológica, teórica e metodológica deste importante pesquisador.

A trajetória seguinte é de Ana Carolina Damboriarena Escosteguy, também egressa do PPGCOM-USP, orientada por Maria Immacolata Vassallo de Lopes. Escosteguy é uma docente que fez carreira de grande destaque nacional no PPGCOM e na Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS) e que, atualmente, é docente convidada na Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Ela apresenta o texto *As atrações em uma trajetória intelectual: a força das mestras*, em que mostra a sua trajetória intelectual alicerçada, no seu período de formação na Escola de Comunicações e Artes (ECA) da USP, por três mestras: Maria Immacolata

Vassallo de Lopes, Dulcília Buitoni e Cremilda Medina. O exercício autor-reflexivo da autora ampara-se na rememoração de experiências e recupera focos de interesse que se expressam no seu programa de estudos, bem como nos princípios que orientam sua prática de pesquisa, a partir dos estudos culturais em nossa área. Trata-se de uma pesquisadora com diálogo sempre presente, tendo sido professora visitante do PPGCOM-USP recentemente, mostrando que os vínculos de suas pesquisas são permanentes e atuais no universo das reflexões do nosso programa. É também membro do Conselho Editorial Científico de **MATRIZES**.

Fernando Ramón Contreras, da Universidade de Sevilha, Espanha, é o primeiro interlocutor internacional a apresentar sua reflexão crítica com o texto *Irradiações intelectuais: Uma década de colaboração com o Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade de São Paulo*. Sua contribuição junto ao nosso programa se dá a partir do Grupo de Estudos Semióticos em Comunicação, Cultura e Consumo (GESC3 CNPq-USP), liderado por Clotilde Perez (USP) e Eneus Trindade (USP). A abordagem deste pesquisador tem origem epistêmica em estudos sobre cultura visual em suas pesquisas sobre a irradiação semiótica, o publicismo e a contribuição de estudos visuais no conhecimento do fenômeno do acolhimento da publicidade. Para o autor, o corpo é o artefato da pós-modernidade para fundir história, indústria, publicidade e política por meio da expressão dos desejos humanos nos discursos da mídia. Suas relações com o PPGCOM-USP passaram pelo projeto PROCAD Capes – Comunicação e Mediações, que envolveu a USP, a Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN) e a Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS), e inúmeros Encontros Nacionais de Pesquisadores em Publicidade e Propaganda (Propesq PP), configurando uma década ininterrupta de parcerias e publicações e intercâmbios.

Isabel Ferin Cunha, segunda interlocutora internacional, é Professora Associada da Universidade de Coimbra e da Universidade Nova de Lisboa, em Portugal. É egressa deste PPG com orientação de Johanna Wilhelmina Smit (USP). Seu texto *Caminhos e intercâmbios na pesquisa em Comunicação: Uma trajetória luso-brasileira reflete sobre 30 anos de uma trajetória pessoal de pesquisa que se deu no espaço da lusofonia, no âmbito das Ciências da Comunicação*. Nas palavras da autora, “o caminho fez-se de encontros e desencontros pessoais, profissionais e institucionais, onde a ECA e o PPGCOM-USP, adquiriram grande centralidade”. Atuou fortemente na década passada junto ao Observatório da Censura em Comunicação (OBCOM), em parceria com Maria Cristina Castilho Costa (USP), sempre na interface Brasil-Portugal. A professora é

membro do Conselho editorial científico de **MATRIZes** e considerada como uma pesquisadora importante nas relações Brasil-Portugal no campo da Comunicação.

O terceiro nome internacional a compor o conjunto de interlocutores desta edição é James Lull, pesquisador estadunidense da Universidade Estadual de San Jose, na Califórnia, Estados Unidos. Seus estudos sobre televisão e recepção da televisão datam de diálogos com o Núcleo de Estudos da Telenovela (NPTN) com a Profa. Ana Maria Fadul (USP) e, depois, com o Observatório Internacional da Telenovela (OBITEL), bem como do trabalho do Centro de Estudos da Telenovela (CETVN), liderado por Maria Immacolata Vassallo de Lopes (USP). Sua colaboração com o professor de comunicação brasileiro-americano Eduardo Neiva o ajudou a fazer uma transição para seu trabalho mais recente: a introdução da comunicação evolutiva a partir de uma etnografia comunicacional como alternativa teórica para entender os fenômenos da área de Comunicação, sobretudo no âmbito dos estudos televisivos. James Lull é membro do conselho científico de **MATRIZes**.

O sexto artigo, que, dentre os demais deste dossiê, não tipifica propriamente uma trajetória autorreflexiva, é um ensaio teórico de José Luiz Warren Jardim Gomes Braga, do PPGCOM-UNISINOS, intitulado Uma perspectiva de conhecimento comunicacional. Braga é historicamente um grande interlocutor do PPGCOM-USP e um dos mais destacados teóricos da Comunicação no país. Pela importância do seu pensamento teórico e suas contribuições ao nosso campo, seu ensaio teórico se soma às demais autorreflexões por discutir uma “perspectiva de conhecimento em uma linha de epistemologia evolutiva, com uma abrangência que supera a dispersão sem prejuízo da variedade de problemas, de objetos de observação e de objetivos de investigação” Ele traz a proposição de uma metodologia de pesquisa que prevê a realização de pesquisas empíricas para testar a perspectiva proposta, no enfrentamento dos desafios dos fenômenos comunicacionais, e para estabelecer conexões entre este desafio abrangente e a pluralidade de urgências interacionais ocorrentes no ambiente social. José Luiz Braga proferiu a Aula Inaugural do PPGCOM e é membro do Conselho Científico de **MATRIZes**.

No conjunto das interlocuções internacionais, o sétimo artigo apresenta a autorreflexão de Joseph Straubhaar, da Universidade do Texas, em Austin, Estados Unidos. Straubhaar é um brasilianista dos Estudos de Mídia e Comunicação cujas relações remontam a quase três décadas, passando pelos estudos televisivos no extinto Núcleo de Pesquisa em Telenovela, liderado à época por Ana Maria Fadul (USP), passando pelo CEVTN e, mais recentemente, pelos estudos de inclusão digital em associação com o Núcleo de Apoio à Pesquisa (NAP) – Escola do Futuro, liderado por Brasilina Passarelli (USP). Foi inúmeras vezes professor visitante no PPGCOM-USP e sua permanente conexão com a USP

torna a sua presença indispensável neste número. Sua autorreflexão intitula-se Além do imperialismo da mídia: Os desafios de teorizar os fluxos globais de TV.

Dentre os egressos que se tornaram pesquisadores com destaque no contexto brasileiro, temos a contribuição de Laan Mendes de Barros, do PPGCOM da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita filho” (UNESP), de Bauru, que foi orientado por Victor Aquino (Tupã) Gomes Corrêa (USP). Sua autorreflexão intitula-se “O percurso do reconhecimento” nos estudos da comunicação e nela Barros explicita, na sua filiação à Teoria das Mediações de Jesús Martín-Barbero, um percurso de interlocuções para o reconhecimento inspirado também em Paul Ricœur nas questões de identidade, ipseidade e alteridade, a compreensão de “si-mesmo como outro”. É nesse reconhecimento como comunicólogo que o autor entende o contexto dos estudos da Comunicação frente aos fenômenos da midiaticização da sociedade que se articulam com os binômios – comunicação e experiência estética – para socializar o sensível e sensibilizar o social, apoiando-se nas reflexões de Herman Parret e Muniz Sodré, respectivamente.

Massimo Canevacci, da Universidade La Sapienza de Roma, Itália, traz a quarta contribuição internacional entre os interlocutores do PPGCOM-USP neste dossiê. Sua reflexão, sempre atualizada, estabelecida na relação entre Antropologia e Comunicação, foi constante nas interações com o nosso PPG. Suas primeiras conexões com a USP se deram nas interações de pesquisa com Waldenyr Caldas (USP) e, depois, com Maria Immacolata Vassallo de Lopes (USP) e Clotilde Perez (USP). Seu texto, intitulado Epistemophilia: Lentidão, fraturas, parestesia da autopesquisa rumo a uma antropologia não antropocêntrica, configura-se como um ensaio que recupera a experiência pessoal do autor antes de entrar na universidade e depois que começou a ensinar e fazer pesquisa. A identidade do pesquisador mostra-se pluralizada após ter criticado o método da dialética e da síntese para afirmar uma visão transitiva baseada em um repertório móvel de alguns conceitos fundamentais: fetichismo, sincretismo, polifonia, heteronomia, diáspora, amizade, espanto, ubiquidade, gênero, indisciplina, Marx66. A etnografia é apresentada por Canevacci “como a tentativa de cruzar antropologia e filosofia por estar na encruzilhada do quiasmo”.

Este dossiê também não poderia deixar de contar com a contribuição valorosa da autorreflexão de Nilda Jacks do PPGCOM da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação (Fabico) da UFRGS. Egressa do PPGCOM-USP, orientada por Maria Nazereth Ferreira (USP), Nilda Jacks fez/faz “escola” na formação de pesquisadores filiados aos estudos de recepção, meios e audiências, públicos e consumos midiáticos, consagrando-se como um nome importante da pesquisa em Comunicação no Brasil e no contexto latino-americano. Faz desdobramentos ao

pensamento de Jesús Martín-Barbero, em sua abordagem à Teoria das Mediações, que avançou, sobretudo, pela variedade de estudos empíricos que realizou, bem como pelo mapeamento dos objetos de pesquisa sobre recepção, meios, audiências e públicos ao longo de sua trajetória. Sua autorreflexão, intitulada Reflexos, reflexividade, refração: Consequências de uma escolha!, discute a marca “indelével”, como dito pela autora, da realização de toda sua formação no PPGCOM-USP, as repercussões desta escolha e as interlocuções regulares com este PPG em toda sua trajetória acadêmica. Em 2019, foi professora visitante do PPGCOM-USP. Sua discussão sempre presente também integra as atividades do OBITEL e trabalhos do CETVN, com Maria Immacolata Vassallo de Lopes.

Outra contribuição internacional intensa nas últimas décadas no PPGCOM-USP, fica marcada pela interlocução com Pedro Hellín da Universidade de Múrcia, Espanha. Neste número de MATRIZes, o autor apresenta sua trajetória com o texto Da publicidade aos estudos sobre a cultura de consumo: O longo e produtivo processo de criação de uma teoria compartilhada. Esta parceria, iniciada em 2006, no âmbito do GESC3 CNPq-USP, auxiliou na construção e amadurecimento das discussões que partem da publicidade e que derivaram numa sofisticada compreensão dos fenômenos da comunicação e consumo. Nas palavras do autor, “faz mais de quinze anos quando, movidos pela curiosidade investigadora, pela certeza compartilhada sobre a necessidade de ampliar o campo de estudo da disciplina publicitária, nasceu uma relação profissional e humana que cresceu durante todos estes anos”, consolidando um pensamento interdisciplinar das formas de entender e abordar o fenômeno publicitário e abarcar as discussões da comunicação e consumo nos contextos da cultura. Pedro Hellín tem sido professor visitante no PPGCOM-USP, ministrando palestras, realizando pesquisas conjuntas e participando do Propesq PP. Os resultados vêm trazendo inovações para os dois contextos envolvidos neste frutífero intercâmbio: o PPGCOM-USP e a Universidade de Múrcia.

Na contribuição das autorreflexões de relevantes pesquisadores brasileiros, Raquel Paiva, da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), apresenta neste dossiê seu texto Uma epistemologia comunitarista da comunicação. Na sua trajetória de pesquisa, a autora tornou-se uma autoridade nas abordagens de pesquisa sobre Comunicação Comunitária e Comunicação e Cidadania. A pesquisadora discorre sobre a sua reinterpretação autoral do conceito de comunidade, desde seus trabalhos iniciais “com o desdobramento para conceitos que a qualificam para o entendimento da estrutura na atualidade, como comunidade gerativa e minorias flutuantes”. Discute, também, os entrelaçamentos da atividade de suas pesquisas com a sua existência individual, social e profissional. É esse o contexto, segundo a autora, que faz emergir interlocuções com colegas da USP, com os

quais pôde estabelecer relações e construir referências, como o decano José Marques de Melo. Raquel Paiva é membro do Conselho Científico de **MATRIZES**.

Por fim, encerando este dossiê, temos a contribuição autorreflexiva de Raúl Fuentes-Navarro, do Instituto Tecnológico e de Estudos Superiores do Ocidente (ITESO) da Universidade de Guadalajara, México. Com mais de duas décadas de trocas, o pesquisador vem sendo um importante interlocutor para as inovações científicas e as políticas de ações afirmativas científicas que valorizam a América Latina e o pensamento Ibero-Americano como contextos continentais potentes e desenvolvedores de um pensamento autônomo e constitutivo do saber comunicacional. Fuentes-Navarro é membro do Conselho Editorial Científico de **MATRIZES** e atuante como convidado internacional nos seminários do PROCAD Capes – Comunicação e Mediações de 2016. Em seu texto 50 anos de estudos de Comunicação: Trajetórias acadêmicas cruzadas, Raúl Fuentes apresenta um exercício autorreflexivo sobre sua trajetória como professor universitário e pesquisador acadêmico no campo dos estudos de comunicação durante as últimas cinco décadas. O seu ponto de saída “é a convicção de que é impossível isolar uma trajetória individual, já que a história implica o reconhecimento das interseções mutuamente determinantes com outros indivíduos e com estruturas institucionais de várias escalas”. O artigo recupera os laços históricos e coletivos que o autor estabeleceu com pares da América Latina, sobretudo aqueles frutos das relações entre México e Brasil, desde os anos 1980, com ênfase nos trabalhos conjuntos com Maria Immacolata Vassallo de Lopes.

Certamente, este dossiê não esgota a variedade de interlocuções e intercâmbios científicos realizados ao longo destes 50 anos de existência do PPGCOM-USP. Outras autorreflexões poderiam ser exploradas por outros intelectuais que se vincularam ao nosso programa, mas, sem dúvida, os trabalhos aqui publicados são uma amostra relevante da trajetória deste PPG e de personalidades do campo da Comunicação, cujos diálogos, trânsitos e vivências no nosso programa foram marcantes ao longo de 50 anos dignos de serem celebrados! Uma grande capacidade expressa pelo nosso PPGCOM é a de saber conservar e avançar frente aos desafios colocados pelos fenômenos comunicacionais, que se renovam constantemente, capacidade essa que se deve à contribuição dos inúmeros destinos de intelectuais por ele formados ou que nele se cruzaram. Este dossiê pretende mostrar uma significativa amostra dessas trajetórias e intercâmbios. ■

Desejamos uma boa leitura!

Maria Immacolata Vassallo de Lopes
Clotilde Perez
Eneus Trindade
(Editores convidados).



DOSIÊ

Novas Perspectivas em Teorias da Comunicação



Uma aventura intelectual insurgente

An insurgent intellectual adventure

ALBERTO EFENDY MALDONADO GÓMEZ DE LA TORRE^a

Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação.
São Leopoldo – RS, Brasil

RESUMO

Este texto apresenta uma autobiografia intelectual sintética vinculada ao processo de formação, investigação e trabalho do autor na Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo durante a década de 1990. A narrativa dessa trajetória intelectual segue uma linha de exposição historiográfica que pretende relacionar processos epistemológicos com aspectos cruciais da vida sociopolítica e cultural do pensador. Apresentam-se, também, contextos históricos decisivos para a estruturação gnosiológica, teórica e metodológica do pesquisador.

Palavras-chave: Autobiografia intelectual, Efendy Maldonado, ECA-USP, história, transformação

^a Doutor em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (USP), com Pós-Doutorado em Comunicação pela Universidade Autônoma de Barcelona. Professor Titular do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação na Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos). Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-5704-4544>. E-mail: efendymaldonado@gmail.com

ABSTRACT

This paper summarizes an intellectual autobiography linked to the author's process of formation, investigation and work at the School of Communications and Arts of the University of São Paulo, during the 1990s. While narrating this intellectual trajectory following a historiographical exposition, the text relates epistemological processes with crucial aspects of the author's sociopolitical and cultural life. Decisive historical contexts for the gnoseological, theoretical, and methodological structuring of the researcher are also presented.

Keywords: Intellectual autobiography, Efendy Maldonado, ECA-USP, history, transformation

ANTECEDENTES HISTÓRICOS

AS PRIMEIRAS VISUALIZAÇÕES existenciais aconteceram próximo à linha do Equador, nos Andes e nas praias do Pacífico e apresentam em nossa mente lembranças de atividades coletivas de dança, banho, travessuras e viagens. Assim, foi a partir dos dois anos e meio de idade que fomos configurando memória, percepções, emoções e prazeres. Nessa intensidade dinâmica, foi alucinante receber de presente, à idade de quatro anos, um livro, para aprender a ler, com um desenho de um beija-flor na capa, que marcou uma dimensão de partida letrada inesquecível. De fato, parecia que minha mãe tinha adivinhado que eu teria muito amor pela leitura e uma vida intelectual aglutinadora, pois na entrega do livro fez um ritual motivador com narrativas tenras sobre o valor da leitura. Essa foi uma experiência decisiva e novíssima para minha curta trajetória vital.

A leitura fascinou-me. Aprendi a ler em pouco mais de um trimestre, segundo os relatos dos adultos que eram parte do meu entorno. Nessa descoberta, o fato é que conseguia misturar as aventuras e os mundos que fluíam na minha mente com as narrativas presentes nesse primeiro livro. Depois, combinei livro e revista de quadrinhos, em especial o título *Alma Grande*, nome de luta de um revolucionário mexicano fabricado pela indústria editorial daquele país, que chegava às bancas cada semana, e eu devorava rapidamente, porque servia de modelo para nossas batalhas/brincadeiras infantis. Foi nessa vida intelectual entretida que o *sentir-pensar* da música tropical (cumbia, gaita, vallenato, chachachá, mambo, merengue, son) e da música romântica (bolero, tango, pasillo, balada) constituiu-se em uma *semiosfera musical* potente e estruturadora de um pensar/sentir aventureiro, audaz, subversivo e fraterno.

O ensino básico foi limitador, não obstante ter concedido a possibilidade de aprender a leitura e a escrita elementares, como também o domínio das operações aritméticas. Nesse processo, para mim, era relativamente fácil responder às demandas escolares, que de fato não deixaram nenhuma marca gnosiológica, reflexiva ou existencial importante. As lembranças desse período são de castigos, enquadramentos disciplinares maçantes e confrontos com os professores sobre a história oficial do Equador ensinada. Isso porque, já nesse período, tive a oportunidade de ouvir e aprender, mediante *história oral*, os ensinamentos do meu avô paterno, Rafael Maldonado, sobre a história do país e do mundo. Sua versão historiográfica questionadora, bem-humorada, gentil, popular, aventureira, irreverente e aberta a experimentações foi crucial para minha formação reflexiva, questionadora e alternativa. Com meu avô, aprendi a questionar a história oficial dos vencedores, a perguntar por outras possibilidades de realização dos processos, a pensar sobre o sentido sociopolítico dos acontecimentos. Ele foi uma espécie

de alquimista, de investigador químico, de *médico autodidata*, de fitoterapeuta que se fez como autodidata. De fato, sua formação técnica como farmacêutico não o limitou ao estrito campo das fórmulas estabelecidas: no porão de sua casa, construiu um laboratório de experimentação em que produzia cremes e remédios a partir do estudo organizado de bibliografias que combinavam fitoterapias, homeopáticas, alopatias, cosmética e química orgânica formal. Foi um experimentador inato e fecundo. Entre outros fatos históricos, cabe mencionar que, além de ser amado e reconhecido por seus pacientes, em uma conjuntura determinada foi chamado para atender ao ex-presidente da república José María Velasco Ibarra. Aplicou-lhe um tratamento exitoso, e o mandatário ofereceu-lhe o doutorado por mérito saber, concessão que se negou a receber por não ter cursado o curso oficial de medicina. Entre outras curiosidades científicas, estava seu talento para produzir cremes medicinais, e sua competência tecnológica nesse campo conseguiu manter sua esposa Rosa Herlinda sem nenhuma ruga na face até os 93 anos. Meu avô foi um sábio que me ensinou sobre as revoluções do século XIX e da primeira metade do século XX no Equador, em especial sobre a Revolução Alfarista. A afinidade com a epistemologia histórica teve um primeiro fermento nesse contexto.

No ensino médio, o ambiente intelectual melhorou aos poucos. Os primeiros dois anos foram frustrantes, conflitivos e contraditórios em relação à disciplina jesuítica conservadora, a qual não conseguia enquadrar um adolescente dinâmico e que alcançava muito bons resultados nos testes e, ao mesmo tempo, dedicava fases do período escolar a meditar e sonhar com aventuras maiores. Esses devaneios e essas especulações combinavam-se com a prática do esporte até avançadas horas da noite e a conversa informal e curiosa nas ruas do bairro com adolescentes de diversa origem, perfil e experiências – prática que me foi aproximando das culturas juvenis populares. Essa existência curiosa, exploradora, brincalhona e as conversas na rua, na praça e no campo de futebol e basquete foram configurando percepções problematizadoras sobre o mundo e a sociedade. Por coincidência e conveniência, meus pais compraram uma casa muito próxima da principal universidade pública do país. Essa proximidade permitiu entrar em contato com os discursos e as manifestações provocadas pela ação autoritária, ineficiente e corrupta dos governos de turno. Com efeito, essas vivências abalizaram de modo decisivo minha trajetória de aproximação às vertentes críticas de pensamento sociopolítico e cultural.

Cabe assinalar, nessa fase adolescente, a descoberta de minha inteligência matemática, ao receber uma introdução à álgebra pelo professor Patricio Pazmiño, que, mediante uma didática analítica fecunda, orientou-me para a fascinação, sistematização, disciplina, compreensão e exposição do mundo

matemático. Até aquela época, a experiência educativa com as matemáticas tinha sido enfadonha e até torturante, pois, na minha ótica, era absurdo ter que repetir operações mecanicamente, segundo os rituais pedagógicos formais da disciplina nos colégios da época. O mestre possibilitou-me aprender a lógica dos problemas, o que foi algo suscitador. A partir desse momento, o pensamento abstrato complexo entusiasmou-me de modo estratégico. Ao mesmo tempo, a capacidade de compreender, explicar e resolver problemas levou-me a me *descobrir* como professor, como mestre, já que comecei a ministrar aulas e orientações de álgebra aos meus colegas com dificuldades para trabalhar as matemáticas, no período extra aula. Foi assim que compreendi que tinha inteligência para ensinar, ao comprovar que meus colegas aprendiam exercícios desafiadores para o raciocínio juvenil. Essa experiência marcou-me definitivamente por renovar e ampliar minha personalidade e práxis intelectual ao relacioná-las fortemente com o campo educativo.

O ensino médio também ofereceu a oportunidade de entrar em contato com a *teologia da libertação*, a partir dos ensinamentos de uma fração de jesuítas vinculados a essa vertente filosófico-religiosa que chegaram à instituição como professores. A perspectiva de Paulo Freire e suas propostas de *educação libertadora* também entraram em cena na formação intelectual dos últimos três anos do ensino médio. Nesse contexto, emergiram também os ensinamentos dos cristãos sobre o socialismo e as vertentes das várias esquerdas insurrecionais e tradicionais. A circulação de livros, revistas e jornais dessas correntes de pensamento era dinâmica, econômica e instigante. A esse contexto acrescentava-se a existência de uma boa biblioteca paterna sobre a *arte da guerra*, dada a profissão como estrategista militar do meu pai, de quem aprendi a disciplina, o pensamento estratégico, a ética comprometida com os povos, o planejamento, a vontade de luta e a paixão por uma existência desafiadora.

A universidade constituiu-se em um espaço/tempo de liberdade e de formação de conhecimentos científicos consistentes, potentes e emancipadores. Foi na Escola Politécnica Nacional do Equador que se iniciou essa fase, a qual complementou minha formação físico-matemática como ciência básica para as engenharias. Nesse percurso, foi importante a ruptura estratégica com as linhas de aprendizagem tradicionais formalistas, mecanicistas e repetitivas. Emergiram para mim as revoluções científicas na física mediante a superação do paradigma Newton, a aproximação à revolução e a constituição do paradigma inaugurado por Albert Einstein. Recebi esses ensinamentos por intermédio de um discípulo de Richard Feynman, Bruce Honaiser, e dos ensinamentos inspiradores de Douglas Moya. Na matemática, destacaram-se meu mergulho conflitivo, esclarecedor e fortalecedor na álgebra lineal, o cálculo diferencial,

a teoria dos conjuntos com os grandes mestres Bernard Chevreau e Billy Bosman, cujos ensinamentos configuraram fortalezas lógicas, revoluções pedagógicas e aprofundamentos estratégicos na atividade teórica complexa, que potenciaram as capacidades intelectuais do jovem aprendiz Efendy, o qual combinaria esse intenso e exigente trabalho de formação com seu trabalho como professor dos cursos vestibulares e de ensino médio em física e matemática.

Foi no espaço politécnico que a formação em Ciências Sociais e em Ciências Políticas adquiriu uma importância epistemológica e histórica concreta e avançada. Por uma parte, o currículo oficial politécnico incluía na sua grade um conjunto importante de disciplinas sociais e de artes, a formação em metodologia do trabalho científico e a oportunidade de exercer atividades relacionadas à comunicação. Foi no Cine Clube Politécnico, no jornal da associação de estudantes politécnicos e no grupo de teatro Ollantay que minha identidade e potência comunicacional emergiram. Com efeito, minha afinidade com a literatura, a poesia, o exercício narrativo, minha fascinação pelo cinema e a descoberta de meus talentos teatrais me aproximariam, intensa e dinamicamente, de uma ruptura histórica definitiva com o campo de atividade físico-matemático. Foi um processo de transição doloroso, instável e forte para o campo das ciências da comunicação.

Essa história pessoal tinha como contexto sociopolítico a luta contra a ditadura militar – combate do qual emergiram minhas capacidades oratórias, políticas, organizativas e subversivas. A vitória política alcançada com a queda da ditadura e a instauração de um regime democrático representativo foram um fator central na minha perspectiva transformadora sobre o mundo. Esse triunfo incluía também a instauração da Constituição de 1978, avançada em comparação com as existentes no contexto latino-americano, cuja formulação e aprovação decorreu de um amplo e democrático processo de debate sobre dois projetos constitucionais, de sofisticada e avançada configuração. Esses fatos foram decisivos para construir minha consciência política de que era possível, e concreto, transformar os modelos políticos vigentes e derrotar o autoritarismo. Em termos teórico-metodológicos, foi categórica a formação política recebida nos núcleos das *novas esquerdas*, surgidas a partir dos processos insurgentes latino-americanos. Nesse processo, a cultura de estudo politécnica misturou-se com uma práxis e uma pesquisa teórica crítica sistemática e consistente nas cédulas, nos movimentos e nos grupos insurgentes. Foi assim que as várias vertentes do marxismo, do anarquismo, do socialismo, das filosofias da práxis foram estudadas, debatidas e operacionalizadas com entusiasmo.

O contexto intelectual e político politécnico também me levaria à imersão nas comunidades indígenas e operárias da província de Pichincha. De fato, meu conhecimento sobre as sabedorias, táticas, habilidades, talentos, cosmovisões

e culturas indígenas aconteceu num processo de 14 anos de aprendizado, experiência transformadora e de produção comunicacional, em que foi importante a fundação dos jornais a *Pluma Pinteña* e *El Tambor*, projetos que concretizariam uma potência comunicativa relevante e uma presença política renovadora.

Em retrospectiva histórica, é importante refletir sobre os modos *paraconsistentes* de configuração de sabedorias e de conhecimentos metodológicos, a partir da imersão em culturas e experiências de trabalho comunicacionais e artísticas – neste último campo, nos métodos Brecht, Buenaventura, Boal e Stanislavski do teatro e nas estratégias de análise cinematográfica a partir dos pensamentos/realizações de Pasolini, Eisenstein, Godard e Gutiérrez. Toda essa riqueza metodológica só seria aproveitada posteriormente, quando, em termos epistemológicos, o método passou a ser o problema central de meus projetos.

O deslocamento para as ciências da comunicação teve como desenlace a confluência da crise existencial, provocada pelo distanciamento das engenharias e pelo descobrimento da semiologia e da semântica estruturalistas, como uma opção de práxis teórica instigante e relevante. A explosão semiótica que gerou esse acontecimento levou-me a reconhecer que, no campo da comunicação, era possível fazer ciência consistente e valiosa. A partir daí, ingressei no curso de comunicação na Universidade Central do Equador (UCE), contexto acadêmico formal no qual construí minhas profissões e meus conhecimentos no campo do jornalismo, do audiovisual, das relações públicas e da pesquisa/planejamento em comunicação. Nesse processo, a presença do Centro Internacional de Estudios Superiores en Comunicación de América Latina (CIESPAL) foi decisiva para ter uma formação qualificada e com perspectiva internacional, pois, de fato, o currículo oficial da universidade foi complementado, adensado e ampliado com os cursos, as atividades, os projetos e as aprendizagens possibilitadas pela ação desse centro.

O curso de comunicação na UCE foi inovador e estabeleceu uma habilitação de *pesquisa e planejamento* que ofereceu uma formação integral, com forte embasamento em ciências sociais e ciências da linguagem, assim como nas diversas profissões da comunicação. Nessa atividade, o CIESPAL foi crucial para tornar possível o curso proposto por meio da presença de professores e pesquisadores, da realização de cursos e de laboratórios, biblioteca e demais instalações. A concepção de Jesús Martín-Barbero sobre a comunicação como processo, o pensamento crítico da vertente Mattelart/Dorfman/Schmucler, a linha de pensamento frankfurtiana de Antonio Pasquali, o método de análise de mensagens de Daniel Prieto Castillo, o conjunto investigativo da American Communication Research – de cujas referências a CIESPAL tinha a melhor

biblioteca da América Latina – e os programas de conferências de Leopoldo Zea, Rodolfo Mario Agoglia, Arturo Andrés Roig e Néstor García Canclini foram bases importantes de mestres e guias para minha estruturação intelectual.

No curso universitário da UCE, cabe destacar a participação articuladora, em termos epistemológicos, do grande mestre Rafael Almeida Hidalgo, livre pensador, historiador, antropólogo e arqueólogo, que desestabilizou profundamente os paradigmas formais, em especial o estalinismo, o positivismo, o funcionalismo e as práticas de produção de conhecimento, de trabalho educativo e de fazer político formais, tradicionais e burocráticas. Esse orientador extraoficial mostrou-me, com sua práxis investigativa, a relevância da articulação entre investigação teórica densa e pesquisa empírica cultural de campo concreta, comprometida, cuidadosa e aberta. Sua volumosa biblioteca incluía versões das principais crônicas da conquista espanhola, obras filosóficas das principais correntes críticas mundiais – em especial do pensamento das esquerdas que não estavam restritas às culturas burocráticas da América Latina –, livros das principais escolas antropológicas, sociológicas, jurídicas, econômicas, históricas e políticas etc. Era uma coleção para que nenhum intelectual crítico exigente pusesse defeito. De fato, para nós, esse laboratório de aprendizado teórico magnífico – o mestre, sua biblioteca, sua coleção de peças arqueológicas, as saídas a campo, as tertúlias, os saraus e os almoços de domingo – foi um ambiente educativo inspirador e fortalecedor de nossa perspectiva intelectual.

Esse conjunto de saberes, conhecimentos, metodologias, filosofias e práxis configurou um estado cognitivo de complexidade desafiador e desestabilizante. Por uma parte, apresentavam-se a comodidade e as certezas do paradigma estrutural/funcionalista, com seus processos eficientes, operativos e financiáveis, com resultados práticos, periódicos e concretos. Com efeito, a minha imersão no instituto de pesquisa comercial Marketing Operativo Investigativo (Markop), produtor de macro dados (sobre a realidade socioeconômica nacional) e pesquisas quantitativas comerciais, capacitou-me para aprender e reconhecer as potencialidades e as limitações da pesquisa operacional comercial. Por outro lado, os grandes desafios filosóficos, epistemológicos, teóricos e metodológicos fizeram-me optar pela produção de uma pesquisa estratégica, que fosse articuladora da minha constituição como pesquisador em comunicação.

A pesquisa *Geopolítica da Difusão Internacional nos Grandes Jornais de Equador...* (Maldonado, 1991) foi um projeto que pretendeu investigar o universo da produção jornalística durante três anos, ambição que fracassou pela quantidade de material coletado, com a qual se tornava impossível de trabalhar em termos individuais e com os recursos concretos daquela época. Depois de dois anos de pesquisa, decidi realizar um recorte necessário, que conformou uma amostra

de informações internacionais dos grandes jornais equatorianos restritas aos conflitos centro-americanos dos anos 1980. Configurei uma metodologia quanti-qualitativa, que combinava análise de mensagens, pesquisa histórica jornalística nas principais hemerotecas, coleta e registro em fotocópias dos produtos jornalísticos, sistematização estatística, pesquisa econômico social sobre a realidade centro-americana, trabalho de campo mediante entrevistas em vídeo e áudio nos territórios de guerra e desenho de quadros de análise, que incluíam variáveis (grandes temas) e subvariáveis (temas). Foram processadas mais de 20 mil unidades de informação, e, finalmente, foi realizada uma *análise interpretativa*, que se expressou em mais de 1.000 páginas de argumentos sobre as estratégias e produções jornalísticas da aliança entre as transnacionais (agências de notícias) e os grandes jornais oligárquicos do país.

Essa pesquisa serviu de mediação e conexão com a Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP), porque enviei uma proposta para cursar o mestrado no Brasil via convênio com a Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes). A solicitação foi aceita em várias importantes universidades, mas por meio das consultas com colegas brasileiros que trabalharam no Equador, em especial com o suscitador do deslocamento para o Brasil, o professor Elson Faxina, optei por dar continuidade ao processo de inserção no Programa de Pós-Graduação (PPG) de Ciências da Comunicação da ECA. Cabe salientar que, nesse processo, foi crucial a decisão da professora Maria Immacolata Vassallo de Lopes de me selecionar como orientando de mestrado. Penso que a ênfase metodológica da proposta e o foco latino-americano foram importantes para a seleção, que logo levaria a estabelecer um vínculo de trabalho investigativo estratégico, inestimável e potente entre nós.

A VIDA NA ECA-USP

A imersão na ECA foi um processo intenso, dinâmico, desestruturador, transformador e inventivo. A concentração em disciplinas de caráter epistemológico e metodológico tornou possível a confluência de esforços intelectuais, teóricos, existenciais e institucionais, que, por sua vez, propiciaram uma adaptação processual esforçada, dolorosa, entusiasmante, visualizadora e fecunda. As exigências da orientadora de apresentar relatórios semanais sobre o trabalho no mestrado permitiram uma reflexão continuada e o aperfeiçoamento acelerado do trabalho em língua portuguesa brasileira.

As densas, volumosas e esclarecedoras argumentações orientadas pelas disciplinas abriram campos de estudo desconhecidos e mostraram uma diversidade de opções teóricas valiosas, consistentes e renovadoras. Esse processo

obrigou-me a realizar uma transformação pessoal epistemológica profunda e ampla, de modo que, ao final do primeiro semestre, já podia me considerar um membro integrado à cultura da ECA em sua diversidade e heterogeneidade. A orientação para participar de aulas de vários departamentos foi chave, e a seleção de professoras(es) responsáveis pelas disciplinas foi acertada e importante, dado que combinavam exigência, formação teórica avançada, abertura epistemológica e renovação crítica dos paradigmas, dos referentes teóricos e dos modelos metodológicos. O ambiente intelectual produtivo, intenso, transformador e dinâmico, característico da vida paulistana, fascinou-me a partir do segundo semestre. Nessa trajetória, a experimentação teórico-metodológica ampliou-se para o conjunto da USP e comecei a participar de seminários, conferências e disciplinas em várias faculdades, em especial nas de Filosofia, Ciências Sociais e Politécnica. Os laboratórios abertos 24 horas por dia na Politécnica permitiam que aproveitasse melhor o tempo e pudesse trabalhar às noites e madrugadas. O fato de não possuir computador pessoal era comum, em especial junto aos estudantes do Conjunto Residencial da Universidade de São Paulo (Crusp), que dependiam dos laboratórios das faculdades, até que, depois de vários esforços, solicitações e negociações, conseguimos um pequeno laboratório para o conjunto residencial.

A condição de estudante com poucos recursos financeiros obrigou-me a formular e articular diversas atividades e processos que suprissem as limitações às que estava condicionado e, assim, estabeleci relações com o Programa de Estudos sobre América Latina (Prolam), com os projetos culturais da reitoria, com o sindicato, com o Diretório Central de Estudantes (DC), e organizamos o Comitê de Estudantes Latino-Americanos da USP (Cela-USP). Essas ações tornaram possível o contato com todas as áreas de conhecimento, de modo que promovemos ciclos de conferências, debates e estudos sobre América Latina e África, além de eventos culturais importantes de dança, teatro, cinema e articulação política nos espaços das *colmeias* (módulos de atividades de apoio e cultura da USP) e do Crusp.

Nossos aprendizados intensivos e dinâmicos foram construídos também nesses espaços existenciais da universidade; vivenciamos a USP profundamente, com dedicação, compromisso, abertura e ação democratizante. A luta pela moradia vinculou-me a importantes intelectuais, lutadoras(es) do Brasil, da América Latina e da África. Nossos esforços ampliaram os direitos de morar na universidade para as mulheres com filhos e para centenas de estudantes de todo o Brasil que não tinham possibilidade de realizar seus estudos sem esse apoio. O amor coletivo dessas pessoas acolheu-nos por muitos anos, inclusive quando já tínhamos nos deslocado para outros horizontes.

A ECA absorveu-nos na práxis investigativa de modo fascinante, vigoroso e abrangente; o projeto integrado de *Ficção Seriada/Brasil na Telenovela a Telenovela no Brasil* articulou o trabalho da maioria dos grupos de pesquisa do departamento de comunicação e promoveu um processo coletivo de produção de conhecimento potente e renovador. Os encontros de reflexão metodológica, de definição de linhas gerais do fazer investigativo e de definição de problemáticas foram profundamente esclarecedores e revigorantes. Aprendemos a trabalhar num coletivo de dezenas de pesquisadoras(es) e construímos nossa particularidade na *pesquisa de recepção* de uma maneira agregadora, ao ampliar os grupos participantes a outras universidades paulistas (Pontifícia Universidade Católica de São Paulo e Universidade do Estado de São Paulo). Articular, coordenar e realizar esse projeto foi um grande sucesso da professora Immacolata, que soube operacionalizar uma pesquisa complexa com dezenas de investigadoras(es) de maneira frutífera, organizada e produtiva. Coube-me a responsabilidade da coordenação do trabalho de campo na Favela São Remo, o que foi um processo fortalecedor, inspirador e renovador de nossa experiência de trabalho com as(os) cidadãs(os) das classes subalternas. A pesquisa empírica teve um embasamento teórico metodológico que combinou os conhecimentos dos vários grupos/universidades, culturas de pesquisa e referenciais teóricos de maneira compromissada, solidária, dialógica e fértil. Tal agir investigativo funcionou como o ponto de partida da vertente *transmetodológica* que constituímos posteriormente.

A ECA foi o ambiente científico perfeito para desenvolver a tese *Pesquisa Teórica em Comunicação na América Latina...* (Maldonado, 1999), pela liberdade de trabalho para explorar, conhecer, testar e pesquisar, em combinação com orientações estratégicas sobre percursos investigativos. Esses foram os fatores acadêmico-científicos que possibilitaram desenvolver uma *pesquisa documental* histórica esclarecedora sobre a produção teórica em comunicação entre as décadas de 1960 e 1990 na região. Na época de construção da tese, o processo de digitalização estava nos seus inícios, de modo que contar com bibliotecas e materiais físicos era imprescindível. Nesse sentido, a biblioteca da ECA era um centro privilegiado de consulta, combinado com as bibliotecas de Ciências Sociais e Filosofia. De maneira simultânea, a ECA era um centro articulador de sociedades científicas, como a Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom) e a Associação Latino-Americana de Livre-Comércio (ALAIC), o que permitia estabelecer contatos, conhecer pensadoras(es), aproveitar eventos internacionais e optar pelos caminhos que considerávamos fecundos.

A *pesquisa exploratória documental* mostrou a necessidade de realizar uma *pesquisa teórica* em profundidade com as(os) autoras(es) que fui considerando

importantes para a problemática, dada a potência de seus argumentos, a complexidade epistemológica de suas produções, o reconhecimento científico da região, sua estruturação como pensadores/pesquisadores de referência e sua configuração como teóricos que constituíram um pensamento renovador, estratégico e crítico na América Latina. A parceria com a orientadora, seu vigor metodológico, a clareza na compreensão da problemática e sua capacidade organizativa tornaram possível a realização de uma *pesquisa de campo* com autores paradigmáticos: Eliseo Verón, Armand Mattelart e Jesús Martín-Barbero. Para isso, desenhei um plano de encontros, conversações, viagens, seminários, conferências e entrevistas de *história de vida intelectual* com esses grandes mestres. A experiência foi alucinante e permitiu conhecer esses teóricos pessoalmente, receber diretamente seus ensinamentos, esclarecer questões que dificilmente podem constar só em seus livros e artigos, compreender a complexidade de sua configuração psicológica e visualizar de modo integral e abrangente os fatores que os tornaram fundadores de vertentes críticas das teorias da comunicação na América Latina. O posterior reconhecimento que recebi desses grandes mestres potencializou-me de maneira estratégica no meu percurso profissional, intelectual e investigativo.

Na ECA, conheci e aprendi o que é organizar grupos de pesquisa vigorosos, produtivos e comprometidos. Descobri e construí minha capacidade de trabalho em relações de cooperação acadêmica e científica internacional. Estruturei relações-chave no campo da comunicação no Brasil e na América Latina. Renovei e potencializei minha configuração como pensador e pesquisador. Desenvolvi e redescobri a dimensão metodológica, aprendi com minha orientadora a necessidade da formulação de estratégias multimetodológicas para a pesquisa em comunicação, que foram a base de nossas posteriores formulações *transmetodológicas* e que me levaram a desenvolver linhas de investigação que, posteriormente, alcançariam o máximo reconhecimento de excelência internacional, no Brasil e na América Latina.

É necessário destacar as parceiras e os parceiros que acompanharam e vigorizaram a caminhada na ECA, orientando e mediando o processo. Em primeiro lugar, o agradecimento à Maria Immacolata Vassallo de Lopes, que me selecionou para vir ao Brasil, orientou e foi uma parceria solidária, forte e imprescindível nessa caminhada; à Cremilda Medina, que soube reconhecer, de modo inteligente, carinhoso e potente, minha configuração intelectual e provocou uma crise epistemológica profunda em meus enquadramentos teóricos; a João Aloísio Lopes, mestre e amigo, que rapidamente compreendeu minha condição latino-americana, melhorou minhas condições de trabalho acadêmico, apoiou-me e orientou-me em decisões-chave do meu percurso; à professora Maria Aparecida Baccega, já que

D

Uma aventura intelectual insurgente

a força do seu pensamento crítico soube questionar e problematizar aspectos teóricos formalistas – que eu conservava nos meus argumentos – e estabeleceu as condições necessárias para que nossos grupos de pesquisa se fortalecessem e fecundassem. Também agradeço a Adilson Citelli, por seu apoio e sua parceria no meu processo de mergulho e aprendizagem na língua portuguesa brasileira e no campo da educomunicação. A Luiz Roberto Alves, por ter aberto meu campo teórico para a vertente de Mikhail Bakhtin e para importantes teóricos das letras brasileiras. Aos grandes mestres Octavio Ianni e Milton Santos, por terem invadido meu campo intelectual com a sabedoria e a força de sua produção teórica, que me mostrou a qualidade, o vigor e a importância da produção investigativa em Ciências Sociais no Brasil. Às parceiras, camaradas e amigas, Jiani Adriana Bonin e Roseli Figaro, companheiras de estudos na ECA, com quem continuo desenvolvendo projetos, atividades, redes e transformações.

Para finalizar, cabe sublinhar a riqueza e a complexidade de uma escola que tem sido o berço histórico inaugural da pesquisa científico-acadêmica em comunicação no Brasil. De fato, durante os primeiros 25 anos de história do campo no país, quando participamos desse fecundo e estratégico processo, a ECA cimentou, estabeleceu e deu continuidade a um campo científico inovador na América Latina. A sua produção de pesquisas tem sido central na formação de um campo acadêmico consistente, promissor, produtivo e crítico. As doutoras e os doutores formados na Escola estão em todas as regiões do Brasil e têm gerado processos de estruturação de programas, comunidades, redes e projetos relevantes e necessários para o desenvolvimento do campo científico em comunicação do país. Sou um filho desse processo gerativo, amo e reconheço a minha história na ECA como uma “plataforma espacial intelectual de lançamento cósmico” ao mundo da produção de conhecimento comunicacional crítico transcendente. A configuração da minha concepção epistemológica crítica *transmetodológica* teve na Escola uma incubadora de conhecimento fecunda. Para as atuais e as novas gerações de estudantes, professores e pesquisadores que conformam a ECA, é importante promover e renovar a reflexão histórico-crítica sobre a própria instituição, sobre seus brilhantes e necessários passados e sobre a necessidade de potencializar futuros de excelência, comprometidos com os povos do Brasil, da América Latina e do mundo. ■

REFERÊNCIAS

- Maldonado, A. E. (1991). *Geopolítica de la difusión transnacional: El conflicto centroamericano, estudio sobre el tratamiento de la información en 7 grandes diarios de Ecuador* [Trabalho de conclusão de curso não publicado]. Universidad Central del Ecuador.
- Maldonado, A. E. (1999). *Pesquisa teórica em comunicação na América Latina: Estudo de três casos relevantes: Verón, Mattelart e Martín-Barbero* [Tese de doutorado, Universidade de São Paulo]. Repositório institucional da USP. <https://bit.ly/3TG1iPA>

Artigo recebido em 15 de Outubro de 2022 e aprovado em 16 de Novembro de 2022.

As atrações em uma trajetória intelectual: A força das mestras

The attractions in the intellectual path: The strength of the female masters

ANA CAROLINA DAMBORIARENA ESCOSTEGUY^a

Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Programa de Pós-Graduação em Comunicação.
Porto Alegre – RS, Brasil

RESUMO

Trata-se de um relato sobre parte da trajetória intelectual da autora, sobretudo daquela vinculada ao período de sua formação na Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. Para tal, destaca a atração despertada por três mestras: Maria Immacolata Vassallo de Lopes, Dulcília Buitoni e Cremilda Medina. O exercício autorreflexivo tem como ponto de partida o presente, amparando-se na rememoração de experiências. Sendo assim, recupera focos de interesse que se expressam no seu programa de estudos, bem como princípios que norteiam sua prática em estudos culturais. No desenovelar das atrações, percebe-se a fortaleza desses fios no seu fazer intelectual.

Palavras-chave: Trajetória intelectual; experiência; estudos culturais; metodologia; pesquisa

ABSTRACT

This is an account of part of the author's intellectual trajectory, especially that linked to the period of her studies at the School of Communication and Arts of the University of São Paulo. To do so, it highlights the attraction awakened by three masters: Maria Immacolata Vassallo de Lopes, Dulcília Buitoni and Cremilda Medina. The self-reflective exercise has the present as its starting point, based on the recollection of experiences. Hence, it recovers focuses of interest that are expressed in her program of studies, as well as principles that guide her practice in cultural studies. By unfolding these attractions, one can see the strength of these threads in her intellectual production.

Keywords: Intellectual path; experience; cultural studies; methodology; research

^a Professora Visitante do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS).
Orcid: <http://orcid.org/0000-0002-0361-6404>. E-mail: carolad2017@gmail.com

D

As atrações em uma trajetória intelectual

Contar es un gesto político encarnado en experiencias situadas que producen saberes toda vez que se deja interpelar, cuestionar y responder a lo inesperado.

– Mariana Alvarado

DIANTE DO DESAFIO de produzir uma narrativa sobre o próprio percurso intelectual e para atender ao tema proposto de identificar em quais momentos a conexão com o Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM) da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP) foi relevante nesse itinerário, optei por destacar a atração que exerceram em mim distintos focos de interesse, motivados por mestras, vinculadas a esse programa de pós-graduação, na minha formação intelectual. Por essa via, pretendo olhar em retrospectiva tais cruzamentos com suas trajetórias à luz das minhas atuais preocupações. Sendo assim, rememoro as ligações particulares que estabeleci, em especial com Maria Immacolata Vassallo de Lopes, mas também com Dulcília Schroeder Buitoni e Cremilda Medina, refazendo parte de meu trajeto intelectual no qual o presente é o ponto de partida e organizador deste relato autorreflexivo.

Porém, antes de avançar, tratando-se de texto de caráter autobiográfico, registro que este foi construído a partir de um lugar de privilégio social e cultural. A paisagem que marcou minha infância foi o campo, lugar onde vivi até os seis anos. Alfabetizada no espaço doméstico e rural, meu ingresso na segunda série, em um colégio municipal, se deu quando fui morar na cidade fronteira de Santana do Livramento (RS), com essa mesma idade. Essa foi a primeira das grandes mudanças na minha formação. Aos 16 anos, foi à faculdade em Comunicação, cursada em universidade privada, em Pelotas (RS). Depois, veio a chegada em 1984 na capital do estado, já formada, quando me matriculei em curso de especialização, na Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUC-RS). Pouco tempo depois, em 1986, aos 23 anos, iniciei minha trajetória na docência na mesma universidade, onde permaneci até 2017. Nessa posição, fiz mestrado e doutorado na ECA-USP, bem como formei e firmei minha afinidade com os estudos culturais. Por último, mas não menos importante, realizo esta escrita como mulher branca, entendendo que tanto na minha vida particular como na minha atuação pública, de professora e pesquisadora, exerço meu engajamento a partir de uma prática feminista.

A seguir, mediante o trabalho de lembrar, seguindo a pista de Martín-Barbero (2010, p. 133)¹ de que “fazer memória ... significa aqui *lembrar* intersubjetivamente, isto é, assumindo a parte do testemunho de quem recorda ...”, trago à tona algumas experiências tramadas nesse novelo que compõe uma parte do meu trajeto intelectual. Assim, este contar associa-se a uma noção de experiência que remete ao legado de Raymond Williams e E. P. Thompson, vinculando-a

¹ No original: Hacer memoria... significa aquí *recordar* intersubjetivamente, esto es asumiendo la parte del testimonio de quien recuerda...

a paixões, sentimentos e percepções, isto é, “a uma ampla gama de registros do mundo ancorados a uma subjetividade atravessada pela relação entre passado e presente no marco de um terreno não-escolhido, marcado pelas circunstâncias históricas”² (Valeria Fernández Hasan, 2017, p. 105). Portanto, destaco deliberadamente vivências que, por sua vez, enovelam-se com as mestras já citadas e com o período de estudos de pós-graduação, em São Paulo. Um projeto de formação acalentado desde o tempo de estudante de graduação, no início dos anos 1980.

Para organizar este relato, em primeiro lugar, recapitulo focos de interesse que se expressam no meu programa de estudos como temas e objetos de estudo, emoldurados por apropriações teóricas e metodológicas, balizadas pela minha formação na ECA. Em um segundo momento, explico princípios que norteiam minha prática em estudos culturais, procurando relacioná-los com as distintas atrações rememoradas. Reconheço, no entanto, que “a busca da reminiscência autêntica, à margem da corrosão temporal, é uma quimera, toda recordação contém relativa arbitrariedade no seu rearranjo, o presente é um fator dinâmico, intrínseco ao processo mnemônico” (Ortiz, 2010, p. 12). Nesse desenovelar de atravessamentos e atrações, percebo ainda hoje a fortaleza desses fios no meu fazer intelectual.

²No original: una gama amplia de registros del mundo anclados a una subjetividad atravesada por la relación entre pasado y presente en el marco de un terreno no elegido, marcado por las circunstancias históricas.

FAZENDO MEMÓRIA: DA DESCOBERTA DA METODOLOGIA E DO POPULAR

No período entre 1988-1993 e 1995-2000 convivi com Maria Immacolata Vassallo de Lopes, minha orientadora nos dois níveis de pós-graduação, mestrado e doutorado. O primeiro período foi decisivo no meu percurso. Foi ao longo de suas disciplinas que aprendi e desenvolvi o gosto pela metodologia ao ponto de alterar e reconstruir minha proposta original de estudo. Essa atração e afinidade com seu programa de pesquisa é explícita na dissertação, mas também têm fortes repercussões no meu doutorado, alcançando a atualidade.

No mestrado, período de descoberta da metodologia como âmbito crucial de reflexão, crítica e treinamento, optei por usar seu “modelo metodológico” que “propõe elaborar a pesquisa atendendo às demandas metodológicas expressas em níveis e fases que se articulam formando um modelo em rede” (Maria Immacolata V. de Lopes, 2016, p. 188), para a desconstrução de um conjunto de pesquisas, isto é, como chave analítica para exame interno de investigações concluídas.

Ao publicar alguns dos resultados da dissertação, anotei que

[...] o ponto de partida do modelo metodológico utilizado é a pressuposição de uma teoria da pesquisa baseada no princípio de autonomia relativa de toda a pesquisa. Isto é, o discurso científico pressupõe uma *legitimidade interna* [ênfase adicionada] que diz respeito a resoluções e operações internas e formais que validam-no como tal mas, ao mesmo tempo, deve comportar uma *legitimidade*

externa [ênfase adicionada] que trata de seu reconhecimento histórico, adequação e pertinência enquanto objeto socialmente qualificado. (Escosteguy, 1995, p. 22)

Para além da utilidade do *modelo*, o que me atraía era a articulação que estava implícita entre conhecimento científico e circunstâncias históricas. Essa ideia continua em vigência na minha prática de pesquisa.

Meu primeiro contato com as premissas desse “modelo” ocorreu nas aulas de Maria Immacolata. Pouco tempo depois, a publicação *Pesquisa em Comunicação: Formulação de um Modelo Metodológico* (Maria Immacolata V. de Lopes, 1990) tornou-se um livro de manuseio constante tanto nesse período como posteriormente, quando passei a lecionar a disciplina de Metodologia da Pesquisa na PUC-RS. Ao usar o modelo como ferramenta analítica, o tema que assumiu centralidade no novo rumo da dissertação foi, por conseguinte, a própria investigação. E, desse modo, configurou-se como uma pesquisa sobre a pesquisa, intitulada *A Pesquisa do Popular na Comunicação: Uma Análise Metodológica* (Ana Carolina Escosteguy, 1993).

Era o final dos anos 1980 quando iniciei o mestrado, época de um eferescente movimento teórico crítico que lastreou o desenvolvimento dos estudos latino-americanos de recepção. Esses, por sua vez, estavam em conexão com a reflexão sobre culturas populares, em especial alavancada por Jesús Martín-Barbero (1987) e Néstor García Canclini (1989/1997). Embora ao ingressar na ECA já estivesse interessada no exame de práticas de comunicação popular e alternativa, temática bem acolhida na pesquisa acadêmica nos 1980, desconhecia a obra desses autores. Meu primeiro contato com ela ocorreu, também, sob a batuta de Maria Immacolata.

Recordo meu assombro com a leitura de *As Culturas Populares no Capitalismo*, em que Canclini (1983, p. 11) questionava: “o que é a cultura popular: criação espontânea do povo, sua memória convertida em mercadoria ou o espetáculo exótico de uma situação de atraso que a indústria vem reduzindo a uma curiosidade turística?”

Igualmente, surpreendia e impactava a posição de Martín-Barbero (1978/1987, p. 221):

A escritura massiva é tão escritura como a culta, que na primeira também se faz e desfaz a língua, também nela trabalham a história e a pulsão, da mesma forma que na escritura culta, desejando-se ou não, se reproduz o sistema e o sujo comércio incuba sua demanda.

Portanto, encorajada por essas leituras, pretendi, no mestrado, examinar se havia sintonia entre esse debate teórico que se expandia desde o final dos anos 1970 – que era, no final dos anos 1980, chamado de “novo marco teórico latino-americano” – e a pesquisa acadêmica em Comunicação (Ana Carolina Escosteguy, 1993). O estudo assumiu, então, o desafio de apresentar um estado

da arte sobre o universo da investigação em relação à problemática do popular na Comunicação, analisando a produção de teses e dissertações do intervalo 1970-1990 dos cinco principais programas de pós-graduação em Comunicação do país naquele período: ECA-USP; Instituto Metodista de São Bernardo; Pontifícia Universidade Católica de São Paulo; Universidade de Brasília; e Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro.

Entre os resultados mais importantes desse estudo, identifiquei uma defasagem entre a pujança do debate teórico e a timidez da prática da pesquisa empírica que abordava a problemática do popular. Se o primeiro consistia em um movimento de revisão de modelos teóricos dominantes, elaborando tanto um exame crítico deles como uma nova formulação, a investigação empírica mostrava-se acanhada na incorporação desse novo olhar não essencialista sobre o popular, que passava a ser visto como um espaço ambivalente, atravessado tanto pelo massivo como pelo culto e composto tanto por resistências como por submissões.

Esse achado foi estimulante e, em grande medida, encorajou meu retorno à ECA para o doutoramento. Estava interessada em aprofundar meu estudo nas contribuições teóricas e metodológicas daqueles dois autores. Esse tipo de abordagem fomentava o processo de afinidade com um dos objetos-marco do programa de estudos de Maria Immacolata (2016, p. 186): a metodologia. E, claro, os autores escolhidos, também, convergiam com seus interesses. Portanto, apresentei minha candidatura ao doutorado, em 1994, pretendendo ser novamente orientanda dessa mestra, com uma proposta intitulada *Estudos Culturais na América Latina: A Vertente da Comunicação*.

Ao final dos estudos, o trabalho ganhou novo título, *Cartografia dos Estudos Culturais: Uma Versão Latino-Americana*, publicado em 2001, em edição esgotada³, desenhando a linha de pesquisa que iria seguir daí em diante. Ao compreender os estudos culturais como um programa de pesquisa, composto por premissas epistemológicas, teóricas e problemáticas de estudo, avalio que meu interesse maior está situado na metodologia, atração já atribuída ao vigor do pensamento da mestra Maria Immacolata.

Além disso, constato que a tese deu origem a diversas inquietações que ainda vão me acompanhar por algum tempo. No futuro, gostaria ainda de tratar das dinâmicas particulares de legitimação acadêmica de um saber – os estudos culturais – no território acadêmico-intelectual onde me situo, na Comunicação. No contexto nacional, os estudos culturais não se institucionalizaram como um campo próprio. Em combates e disputas com distintos campos de conhecimento, conquistaram seu lugar, estabelecendo desenvolvimentos particulares em distintas áreas, por exemplo, na Educação e na Teoria Literária, e forjaram uma prática própria, também, na Comunicação.

³ Em 2010, ganhou versão on-line, em acesso aberto, embora atualmente não faça parte mais do catálogo da editora.

Desenovelando os passos dados, vejo como inequívocos os ensinamentos de Maria Immacolata (2016, p. 185), extraídos agora de sua autorreflexão sobre o itinerário intelectual percorrido, de que “a escolha dos temas de pesquisa dificilmente é responsabilidade exclusiva do pesquisador, antes, ela deve ser creditada a fatores subjetivos e objetivos, tanto micro como macrosociais”. Sendo assim, entrevejo, por um lado, meu encantamento com o aprendizado em sala de aula, minha descoberta e atração por determinados temas, mediante a leitura e a tomada de contato com a bibliografia latino-americana. Por outro, vislumbro as discussões teóricas emergentes e em circulação, em determinados territórios e períodos, bem como as características e condições de existência do próprio campo da Comunicação, principalmente, no Brasil, mas também nas suas relações com a América Latina.

Na próxima seção, alinhavo alguns princípios de ordem epistemológico-política que orientam minha prática de pesquisa e docência, amarrando-os ao despertar de outras atrações. Recorro novamente à memória, tentando recuperar vestígios, apagados pelo tempo e ocultos à primeira vista, nessa trilha, deixados por outras duas mestras, Dulcília e Cremilda, a quem muito devo. Esse é mais um gesto que mira resgatar experiências e formas de ensinar, acompanhar, intervir e construir conhecimentos que se dão na lida cotidiana da docência, mas são subestimados nas histórias intelectuais correntes.

A PRÁTICA INTELLECTUAL COM VOCAÇÃO POLÍTICA

Considerando minha afinidade com os estudos culturais, é inevitável iniciar pela potência de duas premissas que estruturam esse programa de pesquisa. A primeira diz respeito ao comprometimento com a possibilidade de transformação social. A outra trata do entendimento de que a prática intelectual se dá em estreita convergência com intervenções políticas concretas. Hoje em dia, estas últimas desenovelam-se na minha atuação profissional em três fios distintos, ainda que entretecidos.

O primeiro deles diz respeito ao meu vínculo com um movimento emergente de reparação e de reconhecimento dos modos particulares de produção de conhecimento de mulheres, principalmente daquelas que contribuíram para a legitimação e, em alguns casos, para a institucionalização do campo acadêmico da Comunicação. Apenas recentemente percebi que as genealogias da história intelectual da área têm menosprezado o papel e a importância de muitas mestras que participaram ativamente – seja na formação de recursos humanos, seja na configuração intelectual do campo – e que os modos de discriminação nem sempre são evidentes, o que retarda nossa própria percepção dos impedimentos que sofremos.

Por um lado, minha atuação docente nessa trilha, desde o início dos anos 2000 e, em especial, a partir de 2018, tem focado justamente na proposição de cursos e seminários, tanto na Universidade Federal de Santa Maria (UFSM)⁴ quanto na Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), sobre Estudos Culturais Feministas, destacando autoras-pesquisadoras estrangeiras⁵ de pouca ou quase nenhuma circulação no meio acadêmico nacional, bem como uma nova geração de pesquisadoras brasileiras⁶ que tem se relacionado com os estudos culturais ou com temas transversais a eles. Reforço que essas atividades se dão no âmbito da Comunicação⁷.

Por outro lado, a pesquisa e parte de minha produção intelectual têm também aderência a essa temática. Por exemplo, um dos eixos da pesquisa *A Prática em Estudos Culturais e Comunicação: Teoria e Pesquisa*, desenvolvida no período 2018-2022 com o financiamento do CNPq, esboçou uma caracterização do que denominei provisoriamente de *crítica feminista de mídia* e fomentou a elaboração de nova proposta. Desse modo, no projeto *Comunicação e Estudos Culturais Feministas: Genealogias e Trajetórias (2022-2025)*, também financiado, o foco foi redesenhado para o exame específico do papel e dos aportes, principalmente, de pesquisadoras mulheres para a área. A motivação principal está centrada na reconsideração de fontes, compreendidas como trajetórias intelectuais de pesquisadoras que se notabilizaram por seus respectivos trabalhos de investigação dentro do campo mencionado, mirando robustecer a nomeação *estudos culturais feministas*.

Esse programa completa um ciclo de 20 anos como bolsista em Produtividade em Pesquisa (PQ), iniciado com a investigação *Os Estudos Culturais e a Problemática da Recepção: A Categoria Gênero em Debate (2001-2003)*. Essa pesquisa produziu um levantamento e uma análise dos estudos brasileiros de recepção da década de 1990 e o uso dado ao conceito de gênero. A repercussão da produção gerada no contexto dessa investigação não se deu de imediato, mas ultimamente ganhou certa referência, pois demonstra o fraco interesse desses estudos pela problemática de gênero, o que contrasta com a pujança atual (por exemplo, Ana Carolina Escosteguy, 2002, 2004).

Além disso, em termos de produção intelectual, tenho empenhado esforços na direção de reconstituir, em chave histórica, rastros de influxos teóricos associados aos feminismos do Brasil, mas também do Norte, e seu impacto na agenda nacional de pesquisa em Comunicação e gênero (Ana Carolina Escosteguy, 2020a). Igualmente, em perspectiva histórica, experimentei uma via metodológica que transita entre biografia intelectual e história da pesquisa latino-americana em Comunicação, na análise de

⁴ Onde atuei como professora visitante, no período de 2017-2020.

⁵ Entre elas, Charlotte Brunsdon, Janice Winship, Ann Gray, Hazel Carby, Pratibha Parmar, Valerie Amos, Joanne Hollows, Rosalind Gill, Michèle Mattelart, Silvia Elizalde, Silvia Delfino, Marta Rizo, Aimée Vega Montiel e Claudia Laudano.

⁶ Da nova geração, Tatiane Cruz Leal Costa, Lígia Campos Cerqueira Lana, Milena Freire de Oliveira-Cruz, Lírian Sifuentes, Fernanda Nascimento, Rayza Sarmento, Fernanda Carrera, Laura Guimarães Corrêa, Winnie Bueno, Mariana Selister Gomes, entre muitas outras.

⁷ Antes disso, ministrei aulas esparsas sobre questões feministas e comunicação, na graduação e pós-graduação, na Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS), e senti na pele um certo repúdio, não identificação e distanciamento do corpo estudantil com esse tema.

D

As atrações em uma trajetória intelectual

⁸ O marco de 1998 foi atribuído ao impacto gerado pela leitura de *Learning from Experience: Cultural Studies and Feminism*, de Ann Gray (1997). Nessa obra, a autora sustentava que as contribuições feministas aos estudos de recepção tinham sido obliteradas, devido ao caráter patriarcal dos estudos culturais, praticado sobretudo nos anos 1970-1980, no contexto inglês. Ver Ana Carolina Escosteguy (2020a).

⁹ Sobre esse aspecto, nota-se uma conexão com a semiologia francesa, sobretudo com a noção de mito proposta por Roland Barthes, o que conecta sua pesquisa com outra pioneira nos cruzamentos entre estudos de comunicação e questões de gênero, Michèle Mattelart.

¹⁰ Como registro desses encontros, encontrei entre meus arquivos um xerox muito desgastado com uma marcação da disciplina da Dulcília.

O texto é *Talking Pictures: Field Method and Visual Mode*, de Ximena Bunster (1977). No que diz respeito ao meu interesse pelos vínculos entre imagem e metodologia, isso somente adquiriu saliência durante pesquisa realizada no meio rural, entre 2014 e 2017. Em uma primeira etapa, a fotografia foi incorporada como registro, ilustração e devolutiva da pesquisa e, posteriormente, como mais um instrumento na estratégia metodológica com a finalidade de elaborar narrativas visuais sobre as propriedades rurais visitadas e de incluir retratos dos(as) entrevistados(as) com seus meios de comunicação favoritos. Essa referência não foi usada nesses trabalhos.

Diante do trabalho de rememorar meus anos na ECA é que me deparei com ela. Ver Ana Carolina Escosteguy, João Vicente Ribas e Aline Bianchini (2019).

momentos chave do itinerário de Michèle Mattelart, nos anos 1960 e 1970 (Ana Carolina Escosteguy, 2020b).

Há pouco tempo, indiquei como marca temporal e intelectual de meu interesse por esse tema o ano de 1998, período do meu doutorado-sanduiche em Birmingham⁸. Hoje, acionando recordações bem mais antigas, situo essa atração no período do mestrado, especificamente 1988-1989, nas aulas da professora Dulcília Schroeder Buitoni, uma “uspiana”, da graduação em Jornalismo e Direito à pós-graduação em Teoria Literária e Literatura Comparada. Corajosa, em meados dos 1970, no mestrado, deslocou sua atenção do conto brasileiro para a fotonovela. E, no doutorado, realizou seu trabalho de maior repercussão sobre a imprensa feminina brasileira. Dois dos seus textos têm larga circulação nacional, *Imprensa Feminina* (1986) e *Mulher de Papel: A Representação da Mulher pela Imprensa Feminina Brasileira* (2009), sendo fonte bibliográfica obrigatória principalmente em pesquisas sobre revistas femininas.

Não vou, nem caberia aqui, discutir as opções teóricas e metodológicas dessa mestra, de maneira evidente, articuladas com as teorias em circulação e em predominância na área nos 1970-1980. Isso faz parte de meu novo projeto no âmbito de um movimento de resgate, em chave feminista, das experiências de mulheres na história da pesquisa em comunicação e, nesse caso, das possíveis pistas de gênero abertas em sua obra⁹.

Quando menciono a professora Dulcília aqui, penso mais em como ela estimulou minhas reflexões, abriu um horizonte, despertou uma atração. Admirava suas aulas, a atmosfera afável que se criava, seu jeito de passear por uma constelação de temas: da narrativa para a mulher, da(s) mulher(es) para a cultura popular de massa, dessas para as revistas femininas e sua prática jornalística particular, da imagem para seu uso junto à técnica da entrevista. Essas são lembranças de uma atividade cotidiana, da exposição de ideias e ensinamentos do espaço da sala de aula e, portanto, são conhecimentos constituídos fundamentalmente pela transmissão oral¹⁰.

O segundo fio emaranhado nas intervenções de ordem política tem caráter e expressão metodológica. Nesse âmbito, almejo uma confluência ativa com premissas de um modo feminista de pensar, assumindo que o conhecimento produzido contém uma dimensão subjetiva e situada. Nessa direção, a posição de Margareth Rago (2019, p. 380) é tomada como guia:

A despeito das dificuldades, busco assumir um modo de pensar que incorpore essa dimensão subjetiva, reconhecendo que, com isso, de um ponto de vista feminista, delinea-se um novo agente epistêmico, não isolado do mundo, mas inserido no coração dele, não isento e imparcial, mas subjetivo e afirmando sua particularidade.

Apropriar-se dessa ideia implica dar visibilidade às particularidades da voz e experiência de quem fala. Daí a pertinência de revelar um pouco da história pessoal, das decisões e escolhas, algumas individuais, outras nem tanto, em um processo de autoanálise dos percursos de formação e trajetória profissional, destacando momentos chave no processo de minha localização no campo da Comunicação.

De alguma forma, isso se combina com uma preocupação com as formas de expressão narrativa dos relatórios de pesquisa e artigos. Embora não tenha nenhum talento especial com a escrita, ultimamente tenho experimentado o uso da primeira pessoa, convocando a própria experiência como forma de combater uma suposta neutralidade do saber. E tenho insistido, no domínio das referências e citações em artigos, no uso dos prenomes de um contingente de mulheres que permanece encoberto pelo sobrenome que se apresenta como neutro, entendendo essa prática como mais uma ação política.

Neste exercício de revisar meu itinerário, procurando localizar motivações, influências e atrações, percebo que essa preocupação com a escrita talvez tenha seu ponto de origem, também, na sala de aula, dessa vez nas instigantes e inquietantes aulas e interlocuções viabilizadas por outra mestra, Cremilda Medina. Formada em 1964 no curso de Jornalismo da UFRGS, pós-graduada e primeira mestre do próprio Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação (PPGCOM) da ECA-USP, em 1975, ministrava aulas e recebia convidados amigos¹¹ que nos instigavam a pensar, entre outros, temas como a interdisciplinaridade, a complexidade, as relações ciência e arte. Eloquente, sedutora e permanentemente entusiasmada, suas aulas eram um turbilhão de ideias. Nesse caso, apenas encontrei nos meus arquivos o trabalho final da disciplina, datilografado, composto mais livremente e em tom pessoalizado, no qual explorei o tema da busca da identidade cultural em Mario Benedetti, tentando uma aproximação com minhas próprias origens¹².

Por fim, em um terceiro fio da compreensão da prática intelectual com vocação política, busco assumir uma atitude decolonial que, sem desprezar o diálogo e o intercâmbio com o pensamento eurocêntrico e anglo-americano, esteja composta por uma disposição crítica em relação ao passado e ao presente de nossa prática da pesquisa que, em certa medida e em determinadas conjunturas, foi e talvez ainda seja tributária e dependente de tradições teóricas forâneas.

Do mestrado ao doutorado, compreendi a investigação cultural latino-americana nas suas particularidades e diferenças, abarcando heterogeneidades culturais, pluralidades étnicas e diversidades político-econômicas. Contudo, ela não pode ser isolada do restante do pensamento social, ilhada das ideias em circulação. Hoje, esse tipo de posicionamento fortalece também a opção pelo

¹¹Lembro vividamente de pelo menos três convidados que estiveram com nossa turma: José Paulo Paes, poeta e tradutor; Milton Greco, parceiro de Cremilda em algumas obras; e Sinval Medina, seu companheiro de vida.

¹²Alguns de seus livros faziam parte da biblioteca da minha mãe, uruguaia como Benedetti (1920-2009).

resgate de contribuições de mestras que, principalmente mediante sua atividade docente e interlocução no espaço da sala de aula, marcaram não só minha formação como a de muitas outras. Os modos próprios de pensar e fazer pesquisa, disseminados oralmente e compartilhados ao longo das respectivas jornadas de ensino, também devem compor uma nova história intelectual do campo.

A inexistência do registro desses modos particulares de produção do conhecimento que se constituem no dar aulas, oralmente, contribui para o apagamento da particularidade dessas práticas. Daí a importância de reconhecer as práticas e o papel das mestras Maria Immacolata, Dulcília e Cremilda (e de tantas outras), que, a despeito da lógica masculinista da academia e do fazer científico, construíram um legado intelectual, político e afetivo marcante tanto na ECA quanto no próprio campo da Comunicação.

Enfim, os fios desenovelados voltam-se a juntar em uma trama. Meu itinerário intelectual deve – e muito – a esses cruzamentos, ora momentâneos e criativos – da sala de aula, ora mais estruturados e assentados – das orientações, propiciados pelo PPGCOM da ECA-USP, onde formei minha posição como pesquisadora e feminista, engajada na prática de estudos culturais. ■

REFERÊNCIAS

- García Canclini, N. (1983). *As culturas populares no capitalismo*. Brasiliense.
- García Canclini, N. (1997). *Culturas híbridas: Estratégias para entrar e sair da modernidade*. Edusp. (Obra original publicada em 1989)
- Escosteguy, A. C. (1993). *A pesquisa do popular na comunicação: Uma análise metodológica* [Dissertação de mestrado não publicada]. Universidade de São Paulo.
- Escosteguy, A. C. (1995). A pesquisa do popular na comunicação: O descompasso entre debate teórico e pesquisa empírica. *Revista Famecos*, 2(2), 17-34. <https://doi.org/10.15448/1980-3729.1995.2>
- Escosteguy, A. C. (2000). *Cartografias dos estudos culturais: Stuart Hall, Jesús Martín-Barbero, Néstor García Canclini*. [Tese de doutorado não publicada]. Universidade de São Paulo.
- Escosteguy, A. C. (2001). *Cartografias dos estudos culturais: Uma versão latino-americana*. Autêntica.
- Escosteguy, A. C. (2002). Os estudos de recepção e as relações de gênero: Algumas anotações provisórias. *Ciberlegenda*, (1), 1-9. <https://periodicos.uff.br/ciberlegenda/article/view/36797>
- Escosteguy, A. C. (2004). Latin American media reception studies: notes on the meaning of gender and research methodologies. *Revista Famecos*, (24), 46-54. <https://doi.org/10.15448/1980-3729.2004.24.3264>

- Escosteguy, A. C. (2020a). Comunicação e gênero no Brasil: Discutindo a relação. *Ecopós*, 23(3), 103-138. <https://doi.org/10.29146/eco-pos.v23i3.27643>
- Escosteguy, A. C. (2020b). Michèle Mattelart e as veias abertas da comunicação e gênero na América Latina. *MATRIZES*, 14(3), 69-91. <http://orcid.org/0000-0002-0361-6404>
- Escosteguy, A. C., Ribas, J. V., & Bianchini, A. (2019). As famílias rurais e as TICs. In A. C. Escosteguy (Coord.), *As tecnologias de comunicação no cotidiano de famílias rurais: (Re)configurações de uma ruralidade* (pp. 102-131). Edunisc. <http://hdl.handle.net/11624/2722>
- Gray, A. (1997). Learning from experience: Cultural studies and feminism. In J. McGuigan, *Cultural methodologies* (pp. 87-105). Sage.
- Hasan, V. F. (2017). Comunicación y género: El devenir del campo en el esentre/siento comunicóloga feminist. Algunas herramientas para pensar objeto y métodos. In M. Alvarado & A. De Oto, *Metodologías en contexto: Intervenciones en perspectiva feminista/poscolonial/latinoamericana* (pp. 105-124). CLACSO. http://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/se/20180209122042/Methodologias_en_contexto.pdf
- Lopes, M. I. V. (2016). Um percurso epistemológico para a pesquisa empírica de comunicação. In M. I. V Lopes, *Epistemologia da comunicação no Brasil: Trajetórias autorreflexivas* (pp. 185-208). AssiBERCOM. http://www.pgcl.uenf.br/arquivos/epistemologiadacomunicacaonobrasil:trajetoriasautorreflexivas_011120181544.pdf
- Lopes, M. I. V. (1990). *Pesquisa em comunicação: Formulação de um modelo metodológico*. Loyola.
- Martín-Barbero, J. (1987). *De los medios a las mediaciones: Comunicación, cultura y hegemonía*. Gustavo Gili.
- Martín-Barbero, J. (2010). Notas para hacer memoria de la investigación cultural en Latinoamérica. In N. Richard, *En torno a los estudios culturales: Localidades, trayectorias y disputas* (pp. 133-141). CLACSO. <http://www.biblioteca.clacso.edu.ar/ar/libros/coedicion/richard.pdf>
- Ortiz, R. (2010). *Trajetos e memórias*. Brasiliense.
- Rago, M. (2019). Epistemologia feminista, gênero e história. In H. B. Hollanda, *Pensamento feminista brasileiro: Formação e contexto* (pp. 371-387). Bazar do Tempo.

Artigo recebido em 27 de Outubro de 2022 e aprovado em 16 de Novembro de 2022.

Irradiações intelectuais: Uma década de colaboração com o Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade de São Paulo

Intellectual irradiations: A decade of collaboration with the Graduate Program in Communication Sciences of the University of São Paulo

■ FERNANDO RAMÓN CONTRERAS^a

Universidade de Sevilla. Sevilla – Andalusia, Espanha

RESUMO

Neste artigo apresentamos uma síntese de colaboração com a Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP) ao longo de uma década em pesquisa de Comunicação. Nossa contribuição sempre teve origem epistêmica em estudos sobre cultura visual, e apresentamos nossos achados em formato interdisciplinar. Entre os temas mais relevantes, há as noções de irradiação semiótica, publicismo e a contribuição de estudos visuais no conhecimento do fenômeno do acolhimento da publicidade. Destacamos nas conclusões a importância de emoções, sentimentos e sensações sensoriais nos fenômenos atuais da comunicação. O corpo é o artefato da pós-modernidade para fundir história, indústria, publicidade e política através da expressão dos desejos humanos nos discursos da mídia.

Palavras-chave: Cultura, visualidade, arte, publicidade, comunicação

ABSTRACT

In this article we present a synthesis of collaboration with the RCT over a decade in Communication research. Our contribution always had an epistemic origin in studies on visual culture, and we present our findings in an interdisciplinary format. Among the most relevant issues are the notions of semiotic irradiation, publicism, and the contribution of visual studies in the knowledge of the phenomenon of the reception of advertising. We highlight in the conclusions the importance of emotions, feelings, and sensory sensations in the current phenomena of communication. The body is the artifact of postmodernity to merge history, industry, advertising, and politics by the expression of human desires in media discourses.

Keywords: Culture, visuality, art, advertising, communication

DOI: <http://dx.doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v16i3p39-54>

V.16 - Nº 3 set./dez. 2022 São Paulo - Brasil FERNANDO RAMÓN CONTRERAS p. 39-54

^a Professor de Estudos Visuais no Departamento de Jornalismo 1 na Universidade de Sevilla. Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-1105-5800>. E-mail: fmedina@us.es

HÁ UMA DÉCADA, fomos convidados pelo Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação (PPGCOM) da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP) para dar a conferência inaugural *La Cultura Errabunda: Arte, Publicidad y Posmodernidad* no IV Encontro Nacional de Pesquisadores em Publicidade e Propaganda (Pró-Pesq PP) (2013). O evento foi organizado pela Associação Brasileira de Pesquisadores em Publicidade (ABP2) e pelo Grupo de Estudos Semióticos em Comunicação, Cultura e Consumo (GESC3), que desde 2010 é constituído por professores do PPGCOM e do Departamento de Relações Públicas, Propaganda e Turismo (CRP) da ECA-USP. Por trás das instituições, na direção dessas reuniões, conheci meus queridos colegas Dra. Clotilde Perez e Dr. Eneus Trindade. Mais tarde, foi adicionado um elenco de professores e alunos tão grande que é impossível aqui nomear todos.

Durante todos esses anos, a sede dos encontros foi na ECA, com exceção da VII Pró-Pesq PP, que ocorreu na Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio), em 2016. Em 2020, com o confinamento em domicílios causado pela pandemia covid-19, a colaboração com o PPGCOM teve que ser realizada por videoconferência para a reunião Pró-Pesq PP e com os mesmos meios tecnológicos para as investigações desenvolvidas em torno do Observatório Pandêmico organizado pela professora Clotilde Perez.

Desde o primeiro convite até agora, colaboramos com o PPGCOM consolidando, junto aos seus professores, tabelas temáticas em congressos internacionais, como Associação Internacional de Estudos Semióticos (IASS-AIS), Associação Internacional de Pesquisa em Mídia e Comunicação (IAMCR), Associação Latino-Americana de Pesquisadores de Comunicação (ALAIIC) e Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação (SOPCOM). Participamos de publicações de processos, artigos e livros. Só para mencionar nossa última publicação, o grupo editorial espanhol Tirant Lo Blanc publica neste ano, 2022, *Estudos Visuais no Brasil*. Nesse trabalho, vários professores foram traduzidos do português para o espanhol, não só do PPGCOM, mas também de outras universidades brasileiras.

As colaborações foram muitas e frutíferas durante todos esses anos. No nosso caso, fundamentalmente, as principais contribuições correspondem aos estudos culturais e, especificamente, aos estudos visuais em comunicação e criatividade publicitária. Na próxima seção, apresentaremos alguns resumos das questões abordadas, discutidas e resolvidas em nosso trabalho com professores especialistas do PPGCOM.

CULTURA ERRANTE: UMA PERSPECTIVA POLÍTICA DA PUBLICIDADE

Por trás desse título estava escondido o propósito de apresentar uma questão de pesquisa única: a publicidade deixou de ser uma prática profissional de comunicação para se tornar uma ideologia de massa em meio à pós-modernidade? Após a pergunta, buscamos argumentar o que chamamos de *publicismo*.

O raciocínio exposto no Encontro Nacional de Pesquisadores em Publicidade e Propaganda é inspirado em pessoas que leem sobre causas sociais e políticas publicitárias. Os estudos da publicidade, em nossa opinião, não tinham dado a devida atenção à política e ao que mais poderia ter sido dito sobre a politização da publicidade durante a pós-modernidade e suas consequências para a cultura popular. Em seguida, afirmamos: o publicismo é um valor agregado à publicidade em sua função original na comunicação, estratégica no mercado de trocas de bens e serviços reais.

Em uma nova economia de desejos, a visualidade é mais importante do que a economia da troca de objetos reais e tangíveis. A mercadoria é consumida em sua fórmula semiótica e não em sua utilidade. A forma no novo capitalismo informacional alimenta esse estilo de vida e a multiplicidade de identidades e multiplica desejos. A publicidade recorrerá às expressões tradicionais (design, urbanismo, literatura, música, cinema, vídeo), incluindo a arte, como modelos de criação para a exposição de ideias e na consolidação de seu próprio discurso autorreferencial.

A fragmentação da sociedade de consumo desencadeou a proliferação de diferentes manifestações culturais e estilos de vida. Esses fatos são mantidos em um ritmo contínuo de descontinuidade e ruptura. É mais um sinal do presente. A publicidade aparece colonizada por outros discursos revolucionários contra a homogeneidade autoritária e a expansão da cultura institucional. A simulação publicitária não distingue entre o que são ações de resistência ou discursos subversivos, o que é próprio do capitalismo e de seus discursos representativos.

Se na pós-modernidade a estética se politizou e a política foi estetizada, não é de surpreender que a publicidade tenha se voltado para o publicitário. Uma nova estética extravagante e agressiva, improvisada em algumas ocasiões em um ciclo de nascimento e desaparecimento com a duração de uma ocorrência, conquista a publicidade atual. A experiência perambula entre o distanciamento e o afastamento, reduzindo a criatividade publicitária a meras práticas esteticizantes. A política também foi simplificada para um regime representativo das realidades sociais fragmentadas. Tem sido a irradiação de identidades do eu através da própria politização do corpo. A arte tornou-se politizada de formas visíveis. As imagens tornaram-se independentes das palavras, como Aby Warburg (2010), Georges Didi-Huberman (2010) e outros autores mostraram

ao consideram a fórmula *pathosformel*, outra narrativa diferente da literatura. A resistência da visualidade em discursos estagnados é consequência da heterogeneidade de um mundo desigual, no qual agora incluímos moda, estilos de consumo e publicidade.

A publicidade é hoje um modelo de discurso autocrítico, de desconstrução contínua, de inovação social. As formas de consumo combatem o vazio, o isolamento e a distância entre consciências individualizadas. Os novos sinais de oposição ao egoísmo são a justificativa de um público solidário, comunitário e corporativo. O publicitário encontra seu lugar na experiência estética pós-moderna de territórios que beiram entre o comum e o privado, entre o visível e o invisível – no sentido descrito por Maurice Merleau-Ponty (1970) –, procurando sinais de pertencimento destinados ao reconhecimento de nossa própria existência em uma leve metáfora de aparências, separada da noção moderna da humanidade.

SEMIÓTICA DA IRRADIAÇÃO: O VITALISMO DOS SINAIS PUBLICITÁRIOS

No PPGCOM, o Dr. Pedro A. Hellín e o autor deste artigo apresentam um trabalho de pesquisa desenvolvido entre as universidades espanholas de Múrcia e Sevilha. A pesquisa básica teve como objetivo desenhar uma nova perspectiva teórica na análise do acolhimento da criação publicitária. A tese central girava em torno de uma composição simbólica de emoções e sentimentos que englobava esses desejos emocionantes que nos permitem esquecer a tragédia existencial ou o que poderíamos entender a partir dessa tragédia da cultura, que Nietzsche (1980) definiu como o estado contínuo de conflito entre o ser humano e o mundo.

A publicidade é lucrativa para o indivíduo retórico ao anestesiar a angústia existencial (aqui nos apropriamos das palavras de Carlo Michelstaedter, 2009). A pós-modernidade busca remédios adequados que crescem felizes nesses discursos, em que o pensamento da morte parece se esconder atrás de irradiações vitais cheias de desejos barulhentos pela vida. No alvoroço do consumo triunfa o efeito da multidão em uma desordem vitalista de anseios que são projetados no futuro. Essa composição visual de emoções e sentimentos só pode ser atravessada a partir de uma semiótica da irradiação: uma linguagem que sobe em torno de sinais de anseios.

Mas os sinais são dotados de uma intenção geométrica. A consciência instala a intenção em coisas externas, incluindo imagens. Husserl (2011) argumentou que a consciência é intencional. A ação humana é necessária para encontrar a transcendência do signo. O verbo representa a essência, a entidade do ser,

como Heidegger (1998) explicou do passado. Os limites do mundo estavam presos nas fronteiras da linguagem, ou seja, da lógica. Para Wittgenstein (2017), a mesma lógica colocada a serviço do que foi criado para dominar o universo tem sido usada para construir a existência daquela que antes não a possuía. E é que as coisas começam a existir na modernidade, como descreveu o filósofo austríaco, por causa da relação com outras coisas (Wittgenstein, 2017). O mundo está em um choque de significados, e quando a linguagem é poética, seja pictórica, publicitária ou literária, emerge a sua utilidade e encontramos as vozes profundas das consciências. Wittgenstein pensou que, eliminando essas qualidades específicas das línguas cotidianas, com maior ou menor habilidade, chegamos ao extraordinário, no qual o místico ou o segredo, que se aproxima do mundo através de sua imitação do mundo, é preservado.

Para isso, a linguagem deixa de ser uma questão privada e se torna apenas uma atividade social, na forma de antropomorfizar a comunicação. Línguas privadas não significam, porque o significado implica que outro compartilhe nossa língua, ou seja, nosso mundo. Por outro lado, uma linguagem com significados privados que é entendida apenas por um ser é ilógica. Assim, a linguagem só pode ser uma atividade que desvende seu significado em um ambiente social. Na restauração da comunidade, jogos linguísticos são gerados quando falamos (Wittgenstein, 2017).

A linguagem tem sido o refúgio do desespero do homem moderno relegado à impossibilidade de realização completa. A imparcialidade semiótica articula em sua conveniência as histórias da eternidade que já havia descartado por seu absolutismo e por sua imobilidade nesta última etapa da modernidade. Sua projeção para o futuro exigia a presença de sinais sem expiração temporal, de modo que o homem recorre à reiteração do infinito instante não apenas na anacronia visual das palavras ou da arte. A semiótica localiza essas irradiações vitais (como chamamos os desejos eternos do infinito) nos recursos pré-modernistas de nossa civilização: a) na proximidade antropológica das imagens do mítico, do ritual e do ancestral simbólico, que não foram destruídas na passagem dos ciclos de formalismos (ou formatos) – os sinais não foram isolados de seu significado original; b) na intencionalidade da arte, ou seja, na linguagem poética ou artística cuja natureza permite a contínua desconstrução sem que sua semiose seja alterada, ou assim parece se desvincular das ideias da Escola de Praga. O que, então, é essa realidade indeterminada à qual a obra de arte aponta? É o contexto total dos chamados fenômenos sociais, como filosofia, política, religião ou economia. A arte, reconhecida por Aby Warburg, Heinrich Wölfflin, Edgar Wind, Erwin Panofsky ou Ernst Gombrich, tem a qualidade de caracterizar e representar a cultura em sua história. Por essa mesma razão, a história da arte acaba sendo

separada da história da cultura no sentido mais amplo da palavra; e, vice-versa, a história universal tende a emprestar, para a delimitação de seus períodos, os momentos que marcam uma época na história da arte.

Portanto, entendemos nesta pesquisa que as formas visuais que envolviam o ilusionismo consumista poderiam funcionar como milagres mediadores e de desejos, comportamentos, valores axiológicos, textos fragmentários de sonhos, fantasias dominantes das enteléquias inconscientes e coletivas. Tendências na apresentação visual do consumo exigem uma experiência de temporalidade com memória social. É um sinal suspenso, um significado vazio aparecendo em uma imagem capaz de dominar o futuro do presente, evitando o anacronismo visual.

Em conclusão, admitir a existência de uma irradiação semiótica consistiria em reconhecer a aparência de concordância nos significados que refletem os desejos internos em sinais externos para nós. Mas o externo não nasce mais do corpo; entre nós e a realidade permanece o vazio cujo elo só se presta à interpretação subjetiva. Assim, a irradiação revela o niilismo do espaço entre o que conhecemos (nossos desejos) e o imensurável da realidade externa. Encontraremos os traços, os sinais de desintegração, da decadência da realidade e dos falsos flashes. A semiótica descobre uma exterioridade cínica, construída pela cultura e sua produção para esconder a causa final da temporalidade. A dialética entre a vida e a morte das coisas é reproduzida na dialética da continuidade e da ruptura, do eterno retorno, do conflito eterno entre a humanidade e o mundo. E, assim como a pintura moderna coloca o espectador na frente da obra em uma posição discreta, como se o que está exposto na tela quer esconder o que está à sua frente, a publicidade oferece seus significados diante da autêntica verdade inelutável.

A modernidade avaliou a universalização para a recriação de uma totalidade simbólica que acabaria com a dissidência nos conflitos humanos. Compartilhar os mesmos valores pode significar a unificação pacífica da humanidade. Por trás dos desejos sempre surge a política, que é igualmente o desejo de sobrevivência. As múltiplas tentativas ao longo da história demonstram a falha de um corpo político movido por um desejo. Entre corpo e utopia, o íntimo e o político, não há relação, porque o desejo é externo ao corpo, está em outra parte do mundo, ou, como afirma Georges Didi-Huberman (2005), não é no mundo que está em outro lugar.

Nas últimas décadas, a crise de significado e pessimismo pós-moderno tem se manifestado diante da farsa do simulacro da hiper-realidade. As tendências das fábricas do social só compensam a consciência no custo de representarem-se diante de si mesmas, com sua produção simbólica, não tanto a perspectiva temporal, como se a perspectiva espacial do sujeito fosse descrita pelas coisas e um contexto de referências que concretizam o *ideal* em diferentes períodos e

correntes culturais (ou pelo menos no nível psicológico). Os desejos do sujeito serão articulados por meio de narrativas éticas/religiosas e, em seguida, políticas/seculares. Com a crise das grandes histórias da modernidade (democracia, Deus, Estado, liberdade, justiça) a essência da entidade também se dissipa entre sinais confusos e sombrios. O modelo de observação baseado na relação sujeito-mundo não satisfaz mais as novas questões sobre o destino comum. Esse vazio será conveniente para completar com o gesto de esperança para dar sentido à existência, uma missão que será realizada pelas indústrias dos desejos. Assim, a pós-modernidade recupera o ideal de expressividade romântica, o ideal heroico, de ser bom e santo (na Idade Média cristã) que será transformado em sinais de consumo. Sinais pós-modernos oferecerão um discurso feito de elementos facilmente observáveis, como material ou visual: poder, pluralidade, aparências, domínio do espaço e relações públicas etc. As outras razões – heroísmo, bondade, generosidade – desapareceram porque são impessoais para os indivíduos, mesmo para as novas divindades.

NOVAS INTERTEXTUALIDADES: ESTÉTICA, CIDADE E PUBLICIDADE

Este projeto de pesquisa reúne em uma única categoria estética, cidade e publicidade. Os brilhos nas ruas da visualização publicitária impactam uma espécie de busca pelo visual cuja sensação é extraordinária. Os fragmentos publicitários espalhados pela cidade atraem desejos: eles mostram reações. Eles mostram o que é olhado, e é como deixar os olhos intervirem entre o real e o imaginário. A fenomenologia da publicidade localizada nas ruas é um trabalho visual que ganha presença no espaço público, a partir do qual diversos sentidos são destilados: arquivo, documento ou trabalho artístico. Em outras palavras, a publicidade das cidades adquire a categoria de arquivo quando lembra de um tempo – mesmo sua existência se deve à celebração de um evento –, de documento quando o destino da imagem é a informação de uma geração – ‘Planeta Reebok’, ‘Geração Pepsi’¹ – ou simplesmente de trabalho artístico, quando sua abordagem é muitas vezes absorvida em seu próprio significado.

Assim como a arte, as práticas atuais de comunicação organizam a memória coletiva e a lembrança. Imagens publicitárias dividem o tempo em períodos e espaço público (físico ou simbólico) em lugares com base no imaginário social. Além da superfície das imagens estão as proposições dos indivíduos criando mais significados por trás dos significados.

Há um elo entre criatividade publicitária e estética quando a primeira rompe com as fronteiras do que corresponderia a ela por sua própria natureza, ou seja, quando se interessa pelas particularidades da complexidade (psíquica) e sua

¹ Nomes populares para as novas gerações de jovens consumidores adeptos de marcas específicas.

essência é reduzida à experiência estética. A subtração da experiência estética também tem a ver com a atenção visual (a concepção materialista). Nossa percepção mudou ao longo da história devido à ausência de uma continuidade visual. A publicidade é apenas uma escolha na montagem entre estética, experiência e a narrativa de que ela era formada com uma história feita de descontinuidades.

A utilidade da cidade é, em última análise, um *showroom* para publicidade que completa a estética urbana quando ignoramos as constelações da indústria e do consumo. Para ampliar a emoção lançada na imagem publicitária, devemos desmistificar o processo de criação, algo que Walter Benjamin (2017) já fez quando reconheceu a perda da aura na obra de arte. Para dar esse passo, é necessário elevar a visão, ou seja, acredita-se que o objeto publicitário seja olhado ou que quem olha o faz a partir do desejo (a ser necessário) e da intensidade (que impede a retirada do olhar). Na contemplação da trilha publicitária, o olhar que a examina sutilmente se acomoda ao seu lugar pretendido: a publicidade está embutida em seu piso. Na memória do solo, a objetualidade da publicidade alcança unidade nas múltiplas visões do espectador, mas, acima de tudo, faz algo parecer. O objeto é visto ligado ao seu ambiente.

Ao ligar cuidadosamente todos os componentes desse espaço, o espectador incorpora toda a cena em um todo. Na cidade, vitrines, cartazes e monumentos se sobrepõem e produzem uma fusão simbólica singular, e esse movimento para frente e para trás da percepção (uma irradiação do sentido semiótico) dá aos flashes sensoriais o imediato, o sensível, o que permanece na superfície. Sua contemplação vai além do conhecimento. As coisas aparecem com poder: veja como nunca antes. Seu significado transcende a função comunicativa pura que deu origem à sua criação.

O exuberante barroco da “Fonte de Trevi” (Roma), obra de Nicola Salvi no século XVIII não eclipsa as luzes elétricas incorporadas na praça britânica “Piccadilly Circus” (Londres), dando-lhe essa relevância visual que a tornou igualmente famosa pelo turismo urbano. São lugares de polaridades sociais, de exuberância de singularidades individuais e de agilidade na expressão sentimental. Eles não são locais mortos na cidade, não são “terra de ninguém” e devem sua existência à sua abertura aos olhos. Na verdade, são demonstrações de movimento popular, dinamismo e conquista social diante do elitismo urbano dos territórios reservados, dos bairros exclusivos, dos campos de resistência contra a cultura popular, da rejeição da hegemonia simbólica burguesa. São locais urbanos com placas industriais transfiguradas na cultura popular. Impureza processual e visibilidade perfeita aderem às fissuras sociais, não ao consumo em si. É inevitável negar à transgressão pós-modernidade que as imagens só

levam a aparências de cada modo de ser. Trata-se de conceber os esplendores exibidos pela publicidade como memórias, slogans ou sinais em nossas cidades.

O transeunte reconhece em todos os lugares da cidade o relâmpago da beleza fugitiva do design urbano. Literalmente, o objeto publicitário encontra em seu lugar uma superfície contaminada por excelência: o levantamento do desejo. Na publicidade, algo semelhante à beleza sobrevive, mas não no sentido habitual e equilibrado. Aqui, a coisa bonita é uma montagem, uma montagem que inventa conexões apaixonadas. A experiência estética é adaptativa e baseada em antecedentes formados por elementos proto-estéticos e preferências estéticas. A mente humana e a experiência estética evoluem em uníssono. Em particular, a experiência estética requer uma mente de leitura e metacognição, e isso, por sua vez, ajuda a mente a investigar a arquitetura metarrepresentacional do mundo.

Como resultado dessa ação, a publicidade adquire uma dimensão histórica por meio de suas narrativas. Sua textualidade acomoda a transfiguração do simbólico industrial em um corpo estético preparado para a troca – de aparência, mas também de propriedade. A transfiguração não é um fenômeno puramente comunicativo, não é apenas simbólica e não resulta de transformações midiáticas, hibridizações de hábitos sociais e até mesmo da força de uma semiose neocolonizadora do capitalismo cultural. Também não termina no final de um rito de consumo, embora pudéssemos considerar a possibilidade de um fetichismo baseado na exaltação de *kitsch* ou, talvez, um efeito mais produzido na cultura popular por objetos de *acampamento*, quando a arte eleva o mau gosto ao bom gosto. Sem dúvida, essa interpretação corresponderia à perspectiva de um elitismo estético que considera a arte sempre fiel à sua herança genética kantiana. Depois de uma posição mais humilde e relativa do assunto, encontramos outra noção cultural mais oportuna, o pastiche.

Pastiche abre a interpretação visual para a intertextualidade. Vamos pensar em uma estética que introduz diversos elementos na interpretação dos grandes discursos das marcas: a) a interpretação feita pelo sujeito do objeto/texto levando em conta outros objetos/textos anteriores; b) a transtextualidade do objeto enxertado de outros textos de diferentes naturezas, uma vez que a publicidade é interdiscursiva e intermedial.

A transfiguração dos desejos consumistas em um corpo estético é teoricamente persuasiva, mas, trazida ao domínio da prática publicitária, essa possibilidade nunca foi considerada. O princípio da rentabilidade na atividade profissional e a eficácia comunicativa em suas mensagens recompensaram essa disciplina, eliminando toda especulação possível sobre ela. Talvez por essa razão, abundante nesse momento, a publicidade careça de reflexões sobre sua dimensão histórica, na qual o massivo está desaparecendo no desinteresse que

produz tudo inútil. É preciso mudar o olhar das “grandes obras” sobre o interdiscurso, a transtextualidade e a transfiguração cultural de pequenas práticas de comunicação.

ESTUDOS VISUAIS, PUBLICIDADE E CULTURA

Na ECA-USP, discutimos como o conhecimento da imagem se deteriorou consideravelmente nas Ciências Sociais e no estudo da Comunicação. O conceito de imagem é usado tanto para falar sobre a notoriedade de uma instituição, corporação ou pessoa, quanto para se referir à opinião que a maioria do público tem sobre algo ou alguém específico. Auditorias, entrevistas, análise de conteúdo e táticas etnográficas acabam destacando essas conclusões. A investigação da criatividade publicitária erra na apreciação da imagem quando envolve sua natureza simbólica com questões de planejamento. Esse erro sobre a natureza simbólica vem de um paradigma próximo. A equivocação deriva das relações entre a filosofia do materialismo dialético e da arte. Do ponto de vista materialista, a arte e a satisfação de suas imagens podem ser quantificadas: a presença de símbolos de medição (tabelas numéricas ou gráficas) participam dessa falsa crença de que os significados da arte são quantificáveis. Kenneth Clark (1987) é categórico nessa questão: a arte não pode ser medida em termos materiais de um conjunto de sensações singulares em cada indivíduo; o valor do símbolo reside precisamente na impossibilidade de analisá-lo, uma vez que funde uma confluência inseparável de ideias, sentimentos e memórias.

A análise visual não focada na história da arte se estende a uma metodologia interdisciplinar para um profundo conhecimento da cultura. Isso aparentemente já é válido para publicidade. A proposta de uma “virada semiótica” na visualidade reside em operações que dotam o olhar com a invenção de uma linguagem: a construção social do visual através do olhar para os outros e suas práticas cotidianas, e, ao mesmo tempo, de ser olhado pelos outros (e a construção visual do social). A virada semiótica é uma descoberta pós-semiótica e pós-linguística da imagem (Bal & Bryson, 1991): uma encruzilhada entre visualidade, instituições, discurso, corpo e figurativismo. A redação de estudos visuais implica a convicção de que o olhar, a contemplação e a observação, juntamente com as alternativas do espectador, conseguem deslocar as grandes figuras da imagem (sempre o objetivo da iconologia) para os bastidores e os extras.

O debate sobre estudos visuais não se concentra na inovação da retórica visual. Ele quer apagar as distinções entre a cultura alta e baixa e transformar a história da arte na história da cultura. Nessa equalização de competências, a cultura visual criada pela publicidade não só apela para modelos semióticos

ou discursivos, revelando projeções ideológicas, mas também supera as noções básicas de “similaridade ou mimese” que incorporam teorias tradicionais da arte e da estética. As imagens da publicidade passam a fazer parte de um conjunto de imagens emolduradas no gesto político do olhar, pois agora estão mais distantes da análise positivista, empírica ou do estudo da percepção.

Não se trata de equiparar a análise visual com uma história de imagens ou exaltar uma história da arte, mas de mostrar a virtude dialética de um conhecimento que a observação ordinária nos impede de perceber. O problema entre a história da arte e os estudos visuais surgiu com a tentativa de Kant de pura razão de diferenciar a arte de outros artefatos culturais, em vez de postular a universalidade na construção do valor estético e não defender tanto sua descoberta. Se fosse de outra forma na tradição ocidental, estudaríamos estética em arte e publicidade sem fazer distinções. Kant marcou a distinção na história entre imagens da arte e imagens não artísticas, mas hoje sabemos que a heurística da arte ensina a olhar para outros discursos visuais, como televisão ou publicidade. No entanto, trata-se de ensinar como olhar sem limitar a experiência visual ao conjunto de conceitos dessa disciplina. Não é possível aceitar uma base epistemológica universal diante das formas contemporâneas de produção visual.

As raízes epistêmicas da pesquisa visual nascem na afirmação da heterogeneidade das imagens, no estudo das diferentes circunstâncias de sua gênese e nas diversas funções que desenvolvem dentro da cultura e da sociedade. As novas estratégias heurísticas, em sua interpretação, não esquecem de combinar as diferentes tradições da produção visual. Desse modo, um spot televisivo pode ser analisado adotando antropologia visual, narração audiovisual, sociologia da mídia, semiótica visual, psicologia humana, estratégias de marketing e também diversidade política.

A QUESTÃO DA PUBLICIDADE EM ESTUDOS VISUAIS

Nos anos posteriores, continuamos a debater com os especialistas do PPGCOM acerca da influência de estudos visuais sobre o conhecimento das práticas de mediação, mediatização e manipulação. O pós-estruturalismo, aliado à nova política identitária, tem impedido que haja um consenso na comunidade sobre o que é qualidade artística visual. A noção de arte não se opõe radicalmente à ideia de cultura visual. É possível admitir a publicidade como uma forma particular circunscrita ao entrelaçamento cultural da comunidade, que difere de outras formas de produção cultural. Por essa razão, os estudos visuais são muito dúcteis, permitindo comparação e contraste na análise da publicidade com outras formas de criação de imagem com as quais não tinham relação no passado.

A cultura visual envolve a combinação de estratégias retóricas políticas que estão ligadas à história. Portanto, na análise das práticas visuais é interessante comparar e contrastar todos os seus pressupostos teóricos e metodológicos, embora os historiadores estabeleçam diferenças difíceis de superar, afirmando que a publicidade, como a própria arte, se baseia em mentiras de uma classe relativamente ingênua e admissível: a única diferença é o ambiente que enriquece, materialismo ou espiritualidade.

A particularidade entre as imagens parece ser muito nítida, mas há pontos de conexão (mesmo que seja no passado e por meio de mentiras). A crítica pós-estruturalista (Derrida, 2012; Lacan, 2001) insistiu em um sistema semiótico dinâmico e no desdobramento do tempo durante a semiiose. O significado de qualquer sinal em particular não poderia ser colocado em um significado fixo (atemporal) pelas operações internas de um sistema síncrono. Para o pós-estruturalismo, o significado surge exatamente do movimento de um signo ou signatário para o próximo, em um fluxo perpétuo que impede que um ponto de partida para a semiiose seja encontrado e em um momento de término em que os significados dos sinais podem ser considerados concluídos e fechados.

A ligação entre a semiótica e a história da arte oferece oportunidade para refletir sobre a origem das imagens atuais da publicidade. Essa aliança também recupera a tese da existência de um possível inventário de imagens exemplares, cujo patrimônio cultural (*Kulturwissenschaft*) é o que permite decifrar seu significado. Aby Warburg (2010) trabalhou em um inventário e articulou as categorias tradicionais da história da arte na análise de imagens sem se importar tanto com a dimensão artística ou estética (*Bildwissenschaft*). A semiótica envolve três problemas que complicam a busca histórica: intertextualidade, polissemia e localização do significado. Eles surgem quando usamos as imagens do passado (como a publicidade faz) em novas composições visuais para a criação de significado. O repertório visual protege recursos iconográficos do anacronismo visual. Esses recursos consistem basicamente no reaproveitamento de formas, padrões e figuras anteriores do passado. Pesquisas semióticas desenterram esses restos arqueológicos visuais para entender a cultura visual atual.

No entanto, manter a ideia de um passado visual que explique o significado das imagens colocaria a arte em uma passividade eterna, uma vez que as possibilidades de novas criações seriam reduzidas. Reinvestir a passividade dessa perspectiva consistiria em considerar o trabalho do último artista como uma intervenção ativa no material transmitido. Esse investimento também equivaleria a uma desconstrução da relação entre causa e efeito, pois desafia a ideia de precedente como origem e, portanto, torna problemática a reivindicação de reconstrução histórica.

Diferentes estudos mostram que a análise iconográfica muitas vezes esconde revelações de significado de outros motivos emprestados. Embora uma obra possa emprestar o motivo de outra imagem, pelo contrário, a intertextualidade não implica o empréstimo de seu significado. O sinal selecionado é um sinal que vem com um sentido. No entanto, o criador da imagem não precisa aceitar esse significado, sendo capaz de rejeitá-lo, esquivar-se dele ou incorporá-lo no novo texto visual. Dessa forma, explica-se que a visualização publicitária é um tecido intertextual com sinais tomados que reutilizam o sentido trazido, mas que também fraturam seu significado passado de acordo com a sincronia da cultura atual.

Estudos visuais oferecem uma série de estratégias táticas de análise visual que devem ser consideradas em estudos publicitários. Não só uma metodologia que proporciona resultados quantificáveis pode esclarecer os inúmeros fenômenos humanos e culturais que ocorrem na produção e consumo de imagens publicitárias. Uma metodologia entre diferentes territórios científicos pode gerenciar o conhecimento mais próximo da comunicação. A interdisciplinaridade entre semiótica, estética, história da arte e comunicação, como argumentamos, revela diferentes aspectos no tratamento de imagens publicitárias, além de formas puras ou diagramas de valores numéricos. Nosso raciocínio abriu um debate no PPGCOM sobre o funcionamento do paradigma visual. Atualmente, a teoria da visualidade encontra sua força em duas ideias fundamentais: a) a mudança de uma virada linguística para uma virada pictórica ou visual; b) a autonomia das imagens como organismos vivos.

OBSERVATÓRIO SOBRE O COMPORTAMENTO DAS MARCAS DURANTE A PANDEMIA DE COVID-19

Durante a pandemia de covid-19, a colaboração com o PPGCOM não cessou. O grupo de pesquisadores espanhóis que trabalham com a USP continuou seu trabalho, utilizando novas tecnologias: as reuniões foram realizadas por videoconferência. A USP organizou um observatório sobre o comportamento da publicidade e das marcas durante a pandemia, sob iniciativa da professora Clotilde Perez.

Durante esses debates, foi discutido o uso de uma moralidade estética pelas marcas. As marcas mostraram unificação afetiva com grandes temas gloriosos do espírito, como a exaltação do panvitalismo em expressar que tudo que vive sofre e que o amor é o caminho para sofrer a dor universal da “realidade”. As marcas abordaram mensagens carinhosas para seu público em seus conselhos, com sua companhia no confinamento e, sobretudo, em reconhecimento à dureza das circunstâncias da vida. A moralidade estética mostra a emoção da qual Schopenhauer (2010) fala, de compaixão na visão do sofrimento dos outros.

As marcas estavam condicionadas à dor em todos os lugares; tratava-se de exaltar o valor ético de compartilhar o sofrimento das experiências da pandemia. Também uma consequência dos tempos, a lógica do capitalismo e do relativismo cultural abriu o caminho para uma estética difusa.

A estética difusa é caracterizada pela falta de normas, regras ou cânones que diferenciem beleza e feiura, o objeto autêntico de sua imitação, o culto e o vulgar. No nível discursivo, o conteúdo não condiciona a estrutura interna da forma. O capitalismo fez da estética um elemento de distinção das classes sociais, em vez de uma questão de preferências sociais ou particulares. Diante desse espírito individual de consumo, as corporações se preocupam em subir “heroicamente” e livres disso para correr em direção a uma vida entusiasmada que atinja a unificação afetiva.

No passado, o componente subjetivo das representações da realidade variava de acordo com as características do local, o clima e o modo de ser dos povos. A estética foi moldada de acordo com as necessidades físicas e hábitos morais, refletindo design, climas, costumes, ideias, gostos e caráter dos povos. O sensível torna-se um campo no qual não se pode mais (ou não se deve) julgar apenas de fora por meio de entendimento. O sensível é, em si, um poder para estabelecer diferenças normativas; a distinção do certo e errado é interna aos sensíveis. O sentimento que surge do julgamento estético ensina o que é algo antes de pensarmos em examiná-lo.

As marcas podem colocar em jogo a cooperação de funções simpáticas, que, segundo o filósofo Scheler (1961, 1969, 1970), são: a) a unificação afetiva; b) para entender o mesmo que outro; c) amor pelos seres humanos; d) amor acosmístico. Com isso, reconhece-se que as formas sensíveis enfatizam o amor do homem como base do amor acosmístico pela pessoa e por Deus. O objetivo das marcas foi, durante a pandemia, a realização emocional da humanidade como gênero narrativo. O desafio do amor acosmístico surgiu em mensagens publicitárias em formas visuais que representam um amor universal que supera o amor da nação, de Deus ou do próprio círculo da cultura: uma transformação ideológica contra o individualismo e a distinção que diferencia identidades pessoais. Ou seja, uma oposição à ideologia de “personalização” das marcas.

A CAMINHO DA CONCLUSÃO

Em todos os debates abertos no PPGCOM da ECA-USP havia um único propósito: afirmar que descrever a comunicação como um fenômeno de continuidades é errar no verdadeiro significado do *networking*. A heurística tecnológica sugere que a comunicação é uma malha de conexões, mas é apenas uma analogia

visual que facilita a compreensão da complexidade das relações humanas. A comunicação é fundamentalmente um fenômeno de natureza descontínua no pensamento, fragmentado entre grupos humanos, multimodal em relação aos seus meios e desconectado de diferenças culturais. A rede só existe em explicações simplistas contingentes aos seus compromissos metodológicos. A comunicação invoca os sensíveis, mas o sensível complica o corpo. O corpo é o artefato entre o ser humano e o mundo que está agitado no gesto, e os gestos expressam desejos e emoções. As emoções surgem da escuridão do inconsciente, dos cantos do curso psíquico, de modo que, unidos em um tempo, modelo e história, indústria, publicidade e política vibram em tensão com as imagens. Nos debates do PPGCOM, lemos essas imagens assumindo que o espaço dos sensíveis é, na pós-modernidade, a expressão da história da cultura, ligada a um projeto mais extenso de *Kulturwissenschaft*. ■

REFERÊNCIAS

- Benjamin, W. (2017). *La obra de arte en la era de su reproducibilidad técnica*. La Moderna.
- Clark, K. M. (1987). *Civilización: Una visión personal*. Alianza.
- Derrida, J. (2012). *De la gramatología*. Siglo Veintiuno.
- Didi-Huberman, G. (2005). *Venus rajada: Desnudez, sueño, crueldad*. Losada.
- Didi-Huberman, G. (2010). *Ante la imagen: Pregunta formulada a los fines de una historia del arte*. Cendeac.
- Heidegger, M. (1998). *El ser y el tiempo*. Fondo de Cultura Económica.
- Husserl, E. (2011). *La idea de la fenomenología*. Herder.
- Lacan, J. (2001). *La relación de objeto (1956-1957)*. Paidós.
- Merleau-Ponty, M. (1970). *Lo visible y lo invisible*. Seix Barral.
- Michelstaedter, C. (2009). *La persuasión y la retórica*. Sexto Piso.
- Nietzsche, F. W. (1980). *El origen de la tragedia*. Espasa Calpe.
- Scheler, M. (1961). *El santo, el genio, el héroe*. Nova.
- Scheler, M. (1969). *La idea del hombre y la historia*. Siglo Veinte.
- Scheler, M. (1970). *La esencia de la filosofía y la condición moral del conocer filosófico*. Nova.
- Schopenhauer, A. (2010). *El mundo como voluntad y representación*. Alianza.
- Warburg, A. (2010). *Atlas Mnemosyne*. Akal.
- Wittgenstein, L. (2017). *Investigaciones filosóficas*. Trotta.

Irradiaciones intelectuales: Una década de colaboración con el Posgrado en Ciencias de la Comunicación de la Universidad de São Paulo

Intellectual irradiations: A decade of collaboration with the Graduate Program in Communication Sciences of the University of São Paulo

FERNANDO RAMÓN CONTRERAS^a

Universidad de Sevilla. Sevilla – Andalucía, España

RESUMEN

En este artículo presentamos una síntesis de colaboración con la Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP) durante una década en la investigación de la comunicación. Nuestra aportación siempre tuvo un origen epistémico en los estudios sobre la cultura visual y presentamos nuestros hallazgos en un formato interdisciplinar. Entre las cuestiones más relevantes destacamos las nociones de irradiación semiótica, publicismo y la contribución de los estudios visuales al conocimiento del fenómeno de la recepción de la publicidad. Destacamos en las conclusiones la importancia de las emociones, los sentimientos y las sensaciones sensoriales en los fenómenos actuales de la comunicación. El cuerpo es el artefacto de la posmodernidad para fusionar la historia, la industria, la publicidad y la política mediante la expresión de los deseos humanos en los discursos mediáticos.

Palabras clave: Cultura, visualidad, arte, publicidad, comunicación

ABSTRACT

In this article we present a synthesis of collaboration with the RCT over a decade in communication research. Our contribution always had an epistemic origin in studies on visual culture and we present our findings in an interdisciplinary format. Among the most relevant issues we present the notions of semiotic irradiation, publicism and the contribution of visual studies in the knowledge of the phenomenon of the reception of advertising. We highlight in the conclusions the importance of emotions, feelings and sensory sensations in the current phenomena of communication. The body is the artifact of postmodernity to merge history, industry, advertising and politics through the expression of human desires in media discourses.

Keywords: Culture, visuality, art, advertising, communication

DOI: <http://dx.doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v16i3p37-54>

V.16 - Nº 3 set./dez. 2022 São Paulo - Brasil FERNANDO RAMÓN CONTRERAS p. 55-70

^a Catedrático de Estudios Visuales en el Departamento de Periodismo 1 de la Universidad de Sevilla. Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-1105-5800>. E-mail: fmedina@us.es

MATRIZES

YA HACE UNA década que fuimos invitados por el Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação (PPGCOM) de la Universidade de São Paulo (USP) para impartir la conferencia inaugural “La cultura errabunda: arte, publicidad y posmodernidad” en el IV Encontro Pró-Pesq PP – Encontro Nacional de Pesquisadores em Publicidade e Propaganda (2013). El evento fue organizado por la Associação Brasileira de Pesquisadores em Publicidade (ABP2), el Grupo de Estudos Semióticos em Comunicação, Cultura e Consumo (GESC3), que desde 2010 estuvo constituido por docentes del PPGCOM y del Departamento de Relações Públicas, Propaganda e Turismo (CRP). Detrás de las instituciones, en la dirección de estos encuentros, conocí a mis queridos colegas Dra. Clotilde Pérez y Dr. Eneus Trindade; a los que más tarde se sumaron a un apreciado elenco de profesores y alumnos.

Durante estos años, la sede de los encuentros estuvo en la Escola de Comunicações e Artes de la USP, salvo el VII Encontro Pró-Pesq PP en la ciudad de Rio de Janeiro, realizado en la Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio) en el 2016. En el año 2020 con el confinamiento causado por la pandemia del COVID-19, la colaboración con el PPGCOM-USP tuvo que realizarse por videoconferencia para el encuentro Pró-Pesq PP, y con el mismo medio tecnológico para las pesquisas desarrolladas en el Observatorio de la Pandemia que organizó la profesora Clotilde Pérez.

Desde la primera invitación hasta el momento hemos colaborado con el PPGCOM-USP consolidando con sus profesores mesas temáticas en congresos internacionales como la International Association for Semiotic Studies (IASS-AIS), la International Association for Media and Communication Research (IAMCR), la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIIC) o la Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação (SOPCOM). Hemos participado en publicaciones de actas, artículos y libros. Solo por mencionar nuestra última publicación, el grupo español editorial Tirant Lo Blanc publica este año 2022 “Estudios Visuales en Brasil”. En esta obra se han traducido del portugués al español a varios trabajos de profesores no solo del PPGCOM-USP, sino también de otras universidades brasileñas.

Las colaboraciones han sido muchas y fructíferas durante todos estos años. En nuestro caso, fundamentalmente las principales aportaciones corresponden a los estudios culturales y, concretamente, a los estudios visuales en la comunicación y la creatividad publicitaria. A continuación, expondremos algunas síntesis de las cuestiones abordadas, discutidas y resueltas en nuestros trabajos con profesores especialistas del PPGCOM-USP.

LA CULTURA ERRABUNDA: UNA PERSPECTIVA POLÍTICA DE LA PUBLICIDAD

Tras este título se escondía el propósito de presentar una pregunta singular de investigación: ¿Ha dejado de ser la publicidad una práctica profesional de la comunicación para en plena posmodernidad transformarse en una ideología de masas? A partir de esta pregunta, buscamos argumentar lo que llamamos “publicismo”.

El razonamiento expuesto en el foro de la comunicación de USP se inspira en las personas que leen en la publicidad causas sociales y políticas. Los estudios de la publicidad, a nuestro entender, no habían prestado la debida atención a la política y que podría haberse dicho más sobre las consecuencias que tuvo para la cultura popular, la politización de la publicidad durante la posmodernidad. Entonces, afirmábamos: el “publicismo” es un valor añadido a la publicidad a su función original en la comunicación estratégica en el mercado de intercambios de bienes reales y de servicios.

En una nueva economía de deseos, la visualidad es más importante que la economía de intercambio de objetos reales y tangibles. La mercancía se consume en su fórmula semiótica más que en su utilidad. La forma en el nuevo capitalismo informacional alimenta este estilo de vida, la multiplicidad de identidades, y multiplica los deseos. La publicidad recurrirá a las tradicionales expresiones (diseño, urbanismo literatura, música, cine, video), incluido el arte, como modelos de creación para la exposición de ideas y en la consolidación de su propio discurso autorreferencial.

La fragmentación de la sociedad de consumo ha desencadenado una proliferación de diferentes manifestaciones culturales y estilos de vida. Estos hechos se mantienen en un ritmo continuo de discontinuidad y ruptura. Es un signo más del presente. La publicidad aparece colonizada por otros discursos revolucionarios contra la homogeneidad autoritaria y la expansión de la cultura institucional. El simulacro publicitario no distingue entre lo que son acciones de resistencia o discursos subversivos de lo que le es propio al capitalismo y a sus discursos representativos.

Si en la posmodernidad la estética se ha politizado y la política se ha estetizado, no es de extrañar que la publicidad haya derivado hacia el publicismo. Nuevas estéticas extravagantes, agresivas, improvisadas en algunas ocasiones en un ciclo de nacimiento y desaparición con la duración de una ocurrencia conquistan la publicidad actual. La experiencia deambula entre el extrañamiento y el distanciamiento, lo que reduce a meras prácticas estetizantes la creatividad publicitaria. También la política se ha visto simplificada a un régimen representativo de lo que son realidades sociales fragmentadas como ha sido la irradiación de identidades del yo a través de la misma politización del cuerpo. El arte se ha

politizado en formas visibles. Las imágenes se han independizado de las palabras, como han mostrado Aby Warburg, Georges Didi-Huberman (2010) y otros autores que consideran la fórmula del *pathosformeln* otra narración diferente a la literatura. La resistencia de la visualidad sobre los discursos anquilosados es consecuencia de la heterogeneidad de un mundo disensual, en la que ahora incluimos la moda, los estilos de consumo y la publicidad.

La publicidad es actualmente un modelo de discurso autocrítico, de deconstrucción continua, de innovación social. Las formas del consumo combaten el vacío, el aislamiento y la distancia entre las consciencias individualizadas. Los nuevos signos de oposición a la egolatría son la justificación de un publicismo solidario, comunitario y corporativo. El publicismo encuentra su lugar en la experiencia estética posmoderna de territorios fronterizos entre lo común y lo privado, entre lo visible y lo invisible, en el sentido descrito por Maurice Merleau-Ponty (1970), buscando signos de pertenencia destinados al reconocimiento de nuestra propia existencia en una metáfora liviana de apariencias, apartada de la noción moderna de humanidad.

SEMIÓTICA DE LA IRRADIACIÓN: EL VITALISMO DE LOS SIGNOS PUBLICITARIOS

En el PPGCOM-USP, el profesor Pedro A. Hellín y este autor presentamos un trabajo de investigación desarrollado entre la Universidad de Murcia y la Universidad de Sevilla, ambas en España. La investigación de carácter básico pretendía diseñar una nueva perspectiva teórica en el análisis de recepción de la creación publicitaria. La tesis central giraba en torno de una composición sígnica de emociones y sentimientos que abarcaban aquellos deseos ilusionantes que permiten olvidar la tragedia existencial o lo que Nietzsche (1980) definió como el estado continuo de conflicto entre el ser humano y el mundo.

La publicidad es lucrativa al individuo retórico al anestesiar la angustia existencial (aquí nos apropiamos de las palabras de Carlo Michelstaedter (2009)). La posmodernidad procura remedios adecuados que crecen alegremente en estos discursos, donde parece ocultarse el pensamiento de la muerte detrás de irradiaciones vitales llenas de deseos ruidosos de vida. En el alboroto del consumo triunfa el efecto de multitud en un desorden vitalista de anhelos que se proyectan en el futuro. Esta composición visual de emociones y sentimientos solo puede atravesarse desde una semiótica de la irradiación: un lenguaje que trepa alrededor de signos de anhelos.

Pero los signos vienen dotados de una geométrica intención. La conciencia instala intención a las cosas externas, incluidas las imágenes. Husserl (2011) sostenía que la conciencia es intencional y que es necesaria la acción humana para encontrar la trascendencia del signo. El verbo representa la esencia, el ente del ser desde el

pasado según explicaba Heidegger (1998). Los límites del mundo quedaban estancados en las fronteras del lenguaje, es decir, de la lógica. Para Wittgenstein (2017), la misma lógica puesta al servicio de aquello para lo que se creó, dominar el universo, se ha empleado para la construcción de la existencia de aquello que en otro tiempo no lo poseía. Y es que las cosas comienzan a tener existencia en la modernidad, como describía el filósofo austríaco, por la relación con otras cosas. El mundo se encuentra en un entrecruce de significaciones, y cuando el lenguaje es poético, ya sea pictórico, publicitario o literario, surge su utilidad, y hallamos las voces profundas de las conciencias. Wittgenstein pensaba que, eliminando aquellas específicas cualidades de los lenguajes diarios, con mayor o menor habilidad, alcanzábamos lo extraordinario, en que se conserva lo místico o lo secreto que aproxima el mundo a través de su imitación del mundo.

Para ello, el lenguaje deja de ser una cuestión privativa, y solo es una actividad social en cuanto antropomorfiza la comunicación. Los lenguajes privados no significan, porque significar implica que otro comparte nuestro lenguaje, o sea, nuestro mundo. Por otro lado, es ilógico un lenguaje con significados privados que solo lo entienda un ser. Así que el lenguaje solo puede ser una actividad que desentrañe su sentido en un entorno social. En la restauración de la comunidad se genera los juegos del lenguaje –así lo nombró Wittgenstein– cuando hablamos.

El lenguaje ha sido el refugio de la desesperación del hombre moderno relegado a la imposibilidad de una realización completa. La imparcialidad semiótica articula en su conveniencia los relatos de la eternidad que ya había desechado por su absolutismo y por su inmovilidad esta última etapa de la modernidad. Su proyección hacia el futuro exigía la presencia de signos sin caducidad temporal, de modo que el hombre recurre a la reiteración del instante infinito en la anacronía visual de las palabras o del arte. La semiótica ubica estas irradiaciones vitales –como nosotros hemos llamado a los deseos eternos de infinitud– en los recursos premodernos de nuestra civilización: 1) en la proximidad antropológica a las imágenes de lo mítico, de lo ritual y de lo ancestral simbólico que no se han destruido en el paso de los ciclos de formalismos (o formatos); los signos no se han aislado de su original significado; 2) en la intencionalidad del arte, es decir, en el lenguaje poético o artístico cuya naturaleza permite la continua deconstrucción sin que su semiosis se vea alterada, o así parece desprenderse de las ideas de la Escuela de Praga: ¿Cuál es esa realidad indeterminada a la que apunta la obra de arte? Es el contexto total de los fenómenos llamados sociales, como la filosofía, la política, la religión o la economía. El arte, como reconocía Aby Warburg, Heinrich Wölfflin, Edgar Wind, Erwin Panofsky o Ernst Gombrich, puede caracterizar y representar la cultura en su historia. Por esta misma razón, la historia del arte se acaba desligando de la historia de la cultura en el sentido más amplio de la palabra;

y, viceversa, la historia universal tiende a tomar en préstamo, para la delimitación de sus períodos, los momentos que marcan época en la historia del arte.

Por ende, entendimos en esta investigación que las formas visuales que envolvían el ilusionismo consumista podrían funcionar de milagros mediadores de deseos, comportamientos, valores axiológicos, textos fragmentarios de sueños, fantasías dominantes del inconsciente y entelequias colectivas. Las tendencias de la presentación visual del consumo exigen una experiencia de la temporalidad con la memoria social. Es un signo en suspensión, un significado vacío aparecido en una imagen capaz de dominar el futuro desde el presente, evitando el anacronismo visual.

En conclusión, admitir la existencia de una irradiación semiótica consistiría en reconocer la aparición de acuerdo en las significaciones que reflejan los deseos internos en signos exteriores a nosotros. Pero lo externo ya no nace del cuerpo; entre nosotros y la realidad queda el vacío cuya vinculación solo se presta a la interpretación subjetiva. De modo que la irradiación revela el nihilismo del espacio entre lo que conocemos (nuestros deseos) y lo inconmensurable de la realidad externa. Encontraremos las huellas, los indicios de la desintegración, de la decadencia de la realidad y de los falsos destellos. La semiótica destapa una exterioridad cínica, construida por la cultura y su producción para ocultar la causa final de la temporalidad. La dialéctica entre la vida y la muerte de las cosas se reproduce en la dialéctica de la continuidad y de la ruptura, del eterno retorno, del eterno conflicto entre la humanidad y el mundo. Del mismo modo que la pintura moderna coloca al espectador frente a la obra en una posición discreta, como si lo expuesto en el lienzo quisiera ocultar lo que está frente a ellos, la publicidad ofrece sus significados anteponiéndose a la auténtica verdad ineluctable.

La modernidad evaluó la universalización para la recreación de una totalidad simbólica que acabara con el disenso en los conflictos humanos. Compartir los mismos valores podría suponer la unificación pacífica de la humanidad. De los deseos siempre surge la política, que es igualmente el deseo de la supervivencia. Los múltiples intentos a lo largo de la historia demuestran el fracaso de un cuerpo político movido por un deseo. Entre cuerpo y utopía, lo íntimo y lo político, no hay relación, pues el deseo es externo al cuerpo, se encuentra en otra parte del mundo, como afirma Georges Didi-Huberman (2005), no está en el mundo, sino en otra parte.

En las últimas décadas, la crisis de sentido y el pesimismo posmoderno se pronunció frente a la farsa de los simulacros de hiperrealidad. Las tendencias de las fábricas de lo social solo compensan a la conciencia en la carestía de representarse ante sí. Con su producción signica, no tanto la perspectiva temporal, como si la perspectiva espacial del sujeto se describe mediante cosas y un contexto de referencias que concretan los *idealtypen* en diferentes períodos y corrientes culturales o, por lo menos, a nivel psicológico. Los deseos del sujeto se articularán mediante los relatos

éticos/religiosos y después políticos/seculares. Con la crisis de los grandes relatos de la modernidad (Democracia, Dios, Estado, Libertad, Justicia) la esencia del ente ser también se disipa entre signos confusos y oscuros. El modelo de observación basado en la relación sujeto-mundo ya no satisface a los nuevos interrogantes sobre el destino común. Este vacío será conveniente completarlo con el gesto de la esperanza para dar sentido a la existencia, misión que desempeñarán las industrias de deseos. Así la posmodernidad recupera el ideal de la expresividad romántica, el ideal heroico, del ser bueno y santo (en el medievo cristiano) será transformado en signos de consumo. Los signos posmodernos ofrecerán un discurso hecho de elementos fácilmente observables, como los materiales o los visuales: el poder, la pluralidad, las apariencias, el dominio del espacio y de las relaciones públicas, etc. Las demás razones, como el heroísmo, la bondad y la generosidad, han desaparecido porque resultan impersonales para los individuos, incluso para las nuevas divinidades.

NUEVAS INTERTEXTUALIDADES: ESTÉTICA, CIUDAD Y PUBLICIDAD

Este proyecto de investigación reúne en una sola categoría estética, ciudad y publicidad. Los resplandores en las calles de la visualidad publicitaria impactan una suerte de búsqueda de la mirada cuya sensación es extraordinaria. Los fragmentos publicitarios esparcidos por la ciudad dibujan deseos, muestran reacciones. Muestran aquello que es mirado, y es como dejar que los ojos intervengan entre lo real y lo imaginario. La fenomenología de la publicidad ubicada en las calles es una obra visual que adquiere presencia en el espacio público, de la cual se destila varios sentidos: archivo, documento u obra artística. Dicho de otro modo, la publicidad de las ciudades adquiere categoría de archivo cuando rememora un tiempo –incluso su existencia es debida a la celebración de un acontecimiento–, de documento cuando el destino de la imagen es la información de una generación (Planet Reebok, Pepsi Generation)¹ o sencillamente obra artística cuando su planteamiento en muchas ocasiones se ensimisma sobre su propio sentido.

Al igual que el arte, las prácticas actuales de la comunicación organizan el recuerdo y la memoria colectiva. Las imágenes de la publicidad dividen el tiempo en períodos y el espacio público (físico o simbólico) en lugares sobre la base del imaginario social. Más allá de la superficie de las imágenes están las proposiciones de los individuos creando significaciones detrás de significaciones.

Existe un vínculo en la creatividad publicitaria con la estética cuando rompe con las fronteras de aquello que le correspondería por su misma naturaleza. Es decir, cuando se interesa por las particularidades de la complejidad (psíquica), y su esencia se reduce a la experiencia estética. La sustracción a la experiencia estética tiene que ver también con la atención visual (la concepción materialista). Nuestra percepción ha

¹ Nombres populares para las nuevas generaciones de jóvenes consumidores partidarios de determinadas marcas.

cambiado en el transcurso de la historia debido a la inexistencia de una continuidad visual. La publicidad es solo una elección en el montaje entre estética y experiencia y la narración que la propia época forma con una historia hecha de discontinuidades.

La utilidad de la ciudad es finalmente una sala de exposición para la publicidad que completa la estética urbana cuando ignoramos las constelaciones de la industria y el consumo. Para ensanchar la emoción librada en la imagen publicitaria debemos desmitificar el proceso de creación; algo que ya hizo Walter Benjamin (2017) cuando reconoció la pérdida del aura en la obra de arte. Para dar este paso, se requiere elevar la vista, es decir, el objeto publicitario se cree mirado o quien mira lo hace desde el deseo (de ser necesitado) y la intensidad (que impide retirar la mirada).

En la contemplación del rastro publicitario, la mirada que lo examina se acomoda sutilmente a su lugar intencionado: la publicidad se incrusta sobre su suelo. En la memoria del suelo, la objetualidad publicitaria consigue la unidad en las múltiples visiones del espectador, pero, sobre todo, hace ver algo. El objeto es visto unido a su entorno.

Al vincular cuidadosamente todos los componentes de ese espacio, el espectador incorpora toda la escena a un todo. En la ciudad, escaparates, carteles y monumentos se solapan, producen una fusión singular signíca, y ese movimiento de ida y vuelta de la percepción (una irradiación de sentido semiótico) confiere a los destellos sensoriales lo inmediato, lo sensible, aquello que permanece en la superficie. Su contemplación va más allá del conocimiento. Las cosas aparecen con potencia: ver como nunca. Su sentido traspasa la pura función comunicativa que dio origen a su creación.

El barroco exuberante de la “Fontana de Trevi” (Roma), obra de Nicola Salvi en el siglo XVII, no eclipsa los luminosos eléctricos incorporado en la plaza británica “Piccadilly Circus” (Londres), dándole esa relevancia visual que la hizo igual de famosa para el turismo urbano. Son lugares de polaridades sociales, de exuberancia de las singularidades individuales y de agilidad en la expresión sentimental. No son localizaciones muertas en la ciudad, “no son terrenos de nadie” y deben su existencia a su apertura a las miradas. Al contrario, son despliegues de movimiento popular, dinamismo y de conquista social frente al elitismo urbano de los territorios reservados, los barrios exclusivos, los campos de resistencia frente a la cultura popular, de rechazo a la hegemonía signíca burguesa. Son ubicaciones urbanas con los signos industriales transfigurados en cultura popular. La impureza procedimental y la perfecta visibilidad adhiere las fisuras sociales, que no el mismo consumo. Es inevitable negar la transgresión posmoderna que las imágenes solo llevan a apariencias de cada forma de ser. Se trata de concebir los esplendores desplegados por la publicidad como recuerdos, consignas o señas en nuestras ciudades.

El transeúnte reconoce en cada lugar de la ciudad el relámpago de la fugitiva belleza del diseño urbano. Literalmente, el objeto publicitario encuentra en su lugar una superficie contaminada por excelencia: el alzamiento del deseo. En la publicidad sobrevive algo parecido a la belleza, no en el sentido usual, equilibrado. Aquí lo bello es un montaje, un ensamblaje que inventa conexiones pasionales. La experiencia estética es adaptativa y se basa en antecedentes formados por elementos proto-estéticos y preferencias estéticas. La mente humana y la experiencia estética evolucionan al unísono. En particular la experiencia estética requiere de una mente lectora y de la metacognición, y ésta a su vez, ayuda a la mente a investigar la arquitectura metarrepresentacional del mundo.

Consecuencia de esta acción, la publicidad adquiere una dimensión histórica a través de sus narraciones. Su textualidad acomoda la transfiguración de lo simbólico industrial en un cuerpo estético preparado para el intercambio (de miradas, pero también de ser propiedad). La transfiguración no es un fenómeno puramente comunicativo, ni solamente simbólico, tampoco resulta de transformaciones mediáticas, hibridaciones de hábitos sociales e incluso de la fuerza de una semiosis neocolonizadora del capitalismo cultural. Esto no acaba en el final de un rito de consumo, aunque podríamos considerar la posibilidad de un fetichismo basado en la exaltación del *kistch* o quizás un efecto más producido en la cultura popular por los objetos *camp*, cuando el arte eleva el mal gusto al buen gusto. Sin duda esta interpretación correspondería a la perspectiva de un elitismo estético que considera el arte siempre fiel a su herencia genética kantiana. Tras una posición más humilde y relativa del asunto, encontramos otra noción cultural más oportuna, el pastiche.

El pastiche abre la interpretación visual a la intertextualidad. Pensemos en una estética que introduce varios elementos en la interpretación de los grandes discursos de las marcas: 1) la interpretación que hace el sujeto del objeto/texto teniendo en cuenta otros objetos/textos anteriores; y 2) la transtextualidad del objeto injertado de otros textos de distintas naturalezas, ya que lo publicitario es interdiscursivo e intermedial.

La transfiguración de los deseos consumistas en un cuerpo estético es teóricamente persuasiva, pero llevada al terreno de la práctica publicitaria nunca ha sido considerada esta posibilidad. El principio de la rentabilidad en la actividad profesional y la eficacia comunicativa en sus mensajes han recompensado esta disciplina, eliminando toda posible especulación sobre ella. Quizás por este motivo, abundando en este punto, la publicidad carezca de reflexiones sobre su dimensión histórica, en la que lo masivo va desvaneciéndose en el desinterés que produce todo lo inservible. Es preciso desplazar las miradas de las “grandes obras” sobre la interdiscursividad, la transtextualidad y la transfiguración cultural de las pequeñas prácticas de la comunicación.

ESTUDIOS VISUALES, PUBLICIDAD Y CULTURA

En la ECA discutimos sobre cómo el conocimiento de la imagen se ha deteriorado considerablemente en las Ciencias Sociales y en el estudio de la Comunicación. El concepto de imagen se utiliza tanto para hablar de la notoriedad de una institución, corporación o persona como para referirnos a la opinión que la mayoría de un público tiene sobre algo o alguien concreto. Las auditorías, las entrevistas, los análisis de contenidos, las tácticas etnográficas acaban remarcando estas conclusiones. La investigación de la creatividad publicitaria yerre en la apreciación de la imagen cuando enmaraña su naturaleza simbólica con cuestiones de planificación. Este error sobre la naturaleza simbólica proviene de un cercano paradigma. El equívoco deriva de las relaciones entre la filosofía del materialismo dialéctico y el arte. Desde una perspectiva materialista, el arte y la satisfacción de sus imágenes pueden cuantificarse: la presencia de los símbolos de medición (tablas numéricas o gráficas) participan de esta falsa creencia de que las significaciones del arte son cuantificables. Kenneth Clark (1987) es tajante en esta cuestión, el arte no se puede medir, en términos materiales, un conjunto de sensaciones singulares en cada individuo: el valor del símbolo estriba precisamente en la imposibilidad de analizarlo, ya que fusiona una confluencia inseparable de ideas, sentimientos y recuerdos.

El análisis visual no centrado en la historia del arte se extiende sobre una metodología interdisciplinar hacia un conocimiento profundo de la cultura. Esto aparentemente es ya válido para la publicidad. La propuesta de un “giro semiótico” en la visualidad reside en operaciones que dotan la mirada de la invención de un lenguaje: la construcción social de lo visual a través de la mirada hacia los otros y sus prácticas cotidianas y, al tiempo, de ser mirados por otros (y la construcción visual de lo social). El giro semiótico es un descubrimiento postsemiótico y postlingüístico de la imagen: una encrucijada entre la visualidad, las instituciones, el discurso, el cuerpo y el figurativismo. Escribir los estudios visuales supone el convencimiento de que la mirada, la contemplación y la observación, junto a las alternativas del espectador, logran desplazar las grandes figuras de la imagen (objetivo siempre de la iconología) hacia los fondos y los figurantes.

El debate sobre los estudios visuales no se centra en la innovación de la retórica visual. Quiere borrar las distinciones entre la alta y la baja cultura y transformar la historia del arte en la historia de la cultura. En esta equiparación de competencias, la cultura visual creada por la publicidad no solo apela a los modelos semióticos o discursivos, reveladores de proyecciones ideológicas, sino que también supera las nociones básicas de la “ semejanza o mimesis ” que incorporan las teorías tradicionales del arte y la estética. Las imágenes de la publicidad entran a formar parte de un conjunto de imágenes encuadradas en el gesto político de la mirada, en cuanto ahora están más lejos del análisis positivista, empírico o del estudio de la percepción.

No se trata de equiparar el análisis visual a una historia de imágenes ni ser enaltecido a una historia del arte, sino mostrar la virtud dialéctica de un conocimiento que la observación ordinaria impide percibir. La problemática entre la historia del arte y los estudios visuales surgió con el intento de Kant en su crítica de la razón pura por diferenciar el arte de otros artefactos culturales, en vez de postular la universalidad en la construcción del valor estético y no defender tanto su descubrimiento. Si hubiese sido de otro modo en la tradición occidental, estudiaríamos la estética en el arte y en la publicidad sin establecer ninguna diferencia. Kant marcó la distinción en la historia entre las imágenes del arte y las imágenes no artísticas. Pero, hoy sabemos que la heurística del arte enseña a mirar otros discursos visuales como la televisión o la publicidad. No obstante, se trata de enseñar como mirar sin limitar la experiencia visual al conjunto de conceptos de esta disciplina. No es posible aceptar una base epistemológica universal frente a las formas contemporáneas de producción visual.

Las raíces epistémicas de la investigación visual nacen en la afirmación de la heterogeneidad de las imágenes, en el estudio de las diferentes circunstancias de su génesis y en las diversas funciones que desarrollan dentro de la cultura y la sociedad. Las nuevas estrategias heurísticas en su interpretación no se olvidan de combinar las diferentes tradiciones de producción visual. De modo que un spot televisivo pueda analizarse por los aportes de la antropología visual, la narración audiovisual, la sociología mediática, la semiótica visual, la psicología humana, las estrategias de marketing, además de la diversidad política.

LA CUESTIÓN DE LA PUBLICIDAD EN LOS ESTUDIOS VISUALES

En años posteriores seguimos debatiendo con los expertos del PPGCOM-USP sobre la influencia de los estudios visuales en el conocimiento de las prácticas de mediación, mediatización y manipulación. El posestructuralismo unido a las nuevas políticas de identidad ha impedido el consenso en la comunidad sobre la calidad artística visual. La noción de arte no se opone radicalmente a la idea de cultura visual. Es posible admitir la publicidad como una forma particular circunscrita al entretejido cultural de la comunidad, que se diferencia de otras formas de producción cultural. Por este motivo, los estudios visuales son lo sobradamente dúctiles como para permitir la comparación y el contraste en los análisis de la publicidad con otras formas de creación de imágenes con los cuales en el pasado no tenían relación.

La cultura visual supone conjugar estrategias retóricas políticas que están conectadas con la historia. Por ello, en el análisis de las prácticas visuales es interesante la comparación y el contraste de todos sus presupuestos teóricos y metodológicos, aunque los historiadores establezcan diferencias difíciles de superar al afirmar que la publicidad como el mismo arte se asienta sobre

mentiras de una clase relativamente ingenua y admisible: la única diferencia es el entorno que enriquece, el materialismo o la espiritualidad.

La particularidad entre las imágenes parece presentarse muy nítida, pero existen puntos de conexión, aunque sea en el pasado y a través de las mentiras. La crítica posestructuralista con Derrida (2012) y Lacan (2001), entre otros, insistió en un sistema semiótico dinámico y en el despliegue del tiempo durante la semiosis. El significado de cualquier signo particular no podría ubicarse en un significado fijo (atemporal) por las operaciones internas de un sistema sincrónico. Para el posestructuralismo, el significado surge exactamente del movimiento de un signo o significante al siguiente, en un movimiento perpetuo que impide encontrarse un punto de inicio para la semiosis y un momento final en el que termine y que los significados de los signos puedan considerarse conclusos y cerrados.

El vínculo entre la semiótica y la historia del arte ofrece la oportunidad de reflexionar sobre el origen de las imágenes actuales de la publicidad. Esta alianza también recupera la tesis de la existencia de un posible inventario de imágenes modélicas cuya herencia cultural (*Kulturwissenschaft*) es lo que permite descifrar su significado. Aby Warburg (2010) trabajó en un inventario y articuló las categorías tradicionales de la historia del arte en el análisis de imágenes sin importarle tanto la dimensión artística o estética (*Bildwissenschaft*). La semiótica implica tres problemas que complican la búsqueda histórica: intertextualidad, polisemia y la ubicación del significado. Estos problemas surgen cuando utilizamos las imágenes del pasado (como hace la publicidad) en las nuevas composiciones visuales para crear sentido. El repertorio visual protege los recursos iconográficos del anacronismo visual. Estos recursos consisten básicamente en la reutilización de formas anteriores, patrones y figuras del pasado. La investigación semiótica desentierra estos restos arqueológicos visuales para comprender la cultura visual actual.

Sin embargo, sostener esta idea de un pasado visual que explica el significado de las imágenes pondría al arte en una eterna pasividad, ya que las posibilidades de una creación nueva se verían reducidas. Reinvertir la pasividad de esa perspectiva consistiría en considerar el trabajo del último artista como una intervención activa sobre el material transmitido. Esta inversión también equivaldría a una deconstrucción de la relación entre causa y efecto, ya que desafía la idea del precedente como origen y, por lo tanto, hace que el reclamo de la reconstrucción histórica sea problemático.

Diferentes estudios muestran que el análisis iconográfico con frecuencia oculta revelaciones de significados de otros motivos prestados. Si bien una obra puede tomar prestado el motivo de otra imagen, por el contrario, la intertextualidad no supone el préstamo de su significado. El signo seleccionado tiene un sentido. No obstante, el creador de imágenes no tiene por qué aceptar ese

significado, pudiéndolo rechazar, esquivar o incorporarlo al nuevo texto visual. De este modo, se explica que la visualidad publicitaria es un tejido intertextual con signos tomados que reutilizan el sentido traído, pero que también fractura su significado pasado de acuerdo con la sincronía de la cultura presente.

Los estudios visuales ofrecen una serie de estrategias tácticas de análisis visual que deben considerarse en los estudios de la publicidad; no solo una metodología que aporta resultados cuantificables puede esclarecer los numerosos fenómenos humanos y culturales que suceden en la producción y en el consumo de las imágenes publicitarias. Una metodología entramada entre territorios científicos distintos puede administrar un conocimiento más cercano a la comunicación. La interdisciplinariedad entre la Semiótica, la Estética, la Historia del arte y la Comunicación, como hemos argumentado, descubre aspectos diferentes en el tratamiento de las imágenes publicitarias más allá de las puras formas o de los diagramas de valores numéricos. Nuestro razonamiento abrió un debate en el PPGCOM-USP sobre el funcionamiento del paradigma visual. Actualmente, la teoría de la visualidad encuentra su fuerza en dos ideas fundamentales: 1) el cambio de un giro lingüístico a un giro pictórico o visual; y 2) la autonomía de las imágenes como organismos vivos.

UN OBSERVATORIO SOBRE EL COMPORTAMIENTO DE LAS MARCAS DURANTE LA PANDEMIA (COVID-19)

Durante la pandemia no cesó la colaboración con el PPGCOM-USP. El grupo de investigadores españoles conectado con la USP prosiguió su trabajo, valiéndose de las nuevas tecnologías: los encuentros se desarrollaron por videoconferencias. La USP organizó un observatorio del comportamiento de la publicidad y las marcas durante la pandemia bajo la iniciativa de la profesora Clotilde Perez.

Durante aquellos debates se discutió sobre el uso de una moralidad estética por parte de las marcas. Las marcas mostraron la unificación afectiva con grandes temas gloriosos del espíritu. La exaltación del panvitalismo expresó que todo lo viviente padece y que el amor es la vía para padecer el dolor universal de la “realidad”. Las marcas dirigieron mensajes amorosos a su público en sus consejos, con su compañía en el confinamiento, y, sobre todo, en el reconocimiento de la crudeza de las circunstancias vitales. La moralidad estética muestra la emoción, de la que habla Schopenhauer (2010), de la compasión ante la vista del padecer ajeno.

Las marcas fueron contingentes con el dolor existente en todas partes; se trataba de ensalzar el valor ético de compartir el padecimiento de las experiencias de la pandemia. Consecuencia también de los tiempos, la lógica del capitalismo y el relativismo cultural abrieron paso a una estética difusa.

La estética difusa se caracteriza por las carencias de normas, reglas, o cánones que diferencien entre la belleza y la fealdad, el objeto auténtico de su imitación, lo culto y lo vulgar, y, a nivel discursivo, el contenido no condiciona la estructura interna de la forma. El capitalismo hizo de la estética un elemento de distinción de las clases sociales más que un asunto de preferencias sociales o particulares. Frente a este espíritu individual del consumo, las corporaciones se preocupan por elevarse “heroicamente” con libertad para correr hacia una vida entusiasta que llega a la unificación afectiva.

En el pasado, el componente subjetivo de las representaciones de la realidad variaba según las características del lugar, del clima y de la manera de ser de los pueblos. La estética se conformaba de acuerdo con las necesidades físicas y los hábitos morales, reflejando el diseño, los climas, las costumbres, las ideas, los gustos y el carácter de los pueblos. Lo sensible se convierte en un campo sobre el cual ya no se puede (o no debe) juzgar solo desde fuera por medio del entendimiento. Lo sensible es más bien en sí mismo una facultad de establecer diferencias normativas; la distinción de lo correcto y lo incorrecto es interna a lo sensible: existe por lo tanto un buen gusto y un mal gusto, un gusto perfecto, que da cuenta de lo perfecto de un objeto, y otro, defectuoso, que lo malogra. El sentimiento que surge del juicio estético enseña lo que es algo antes de que hayamos pensado en examinarlo.

Las marcas podrán en juego la cooperación de las funciones simpatéticas, que según el filósofo Scheler (1961, 1969, 1970) son: a) la unificación afectiva; b) sentir lo mismo que otro; c) amor al humano; y d) amor acosmístico. Con ello, se reconoce que las formas sensibles destacan el amor al hombre como el fundamento del amor acosmístico a la persona y a Dios. El propósito de la marca durante la pandemia fue la realización emocional de la humanidad como un género narrativo. El reto del amor acosmístico apareció en los mensajes publicitarios en formas visuales que representaban un amor universal que sobrepasa el amor a la nación, a Dios o al propio círculo de la cultura: una transformación ideológica contra el individualismo y la distinción que diferencia las identidades personales. Es decir, una oposición a la ideología “customizadora” de las marcas.

A MODO DE CONCLUSIÓN

En todos los debates abiertos en el PPGCOM-USP había un propósito: describir la comunicación como un fenómeno de continuidades es equivocarse sobre el auténtico sentido de crear redes de contactos. La heurística tecnológica sugiere que la comunicación es una malla de conexiones, pero es solo una analogía visual que hace más fácil la comprensión de la complejidad de las relaciones humanas.

La comunicación es fundamentalmente un fenómeno de naturaleza discontinua en el pensamiento, fragmentada entre los grupos humanos, multimodal respecto a sus medios y desconectada en las diferencias culturales. La red solo existe en las explicaciones simplistas supeditadas a sus compromisos metodológicos. La comunicación invoca lo sensible, pero lo sensible complica el cuerpo. El cuerpo es el artefacto entre el ser humano y el mundo que se agita en el gesto, y los gestos expresan los deseos y las emociones. Las emociones surgen de la oscuridad del inconsciente, de los rincones del psíquico, de manera que unidos en un modelo tiempo e historia, industria, publicidad y política vibran en tensión con las imágenes. En estos debates del PPGCOM-USP hemos leído estas imágenes, asumiendo que el espacio de lo sensible es en la posmodernidad la expresión de la historia de la cultura, vinculada a un proyecto más extenso de *Kulturwissenschaft*. 

REFERENCIAS

- Benjamin, W. (2017). *La obra de arte en la era de su reproducibilidad técnica*. La Moderna.
- Clark, K. M. (1987). *Civilización: Una visión personal*. Alianza.
- Derrida, J. (2012). *De la gramatología*. Siglo Veintiuno.
- Didi-Huberman, G. (2005). *Venus rajada: Desnudez, sueño, crueldad*. Losada.
- Didi-Huberman, G. (2010). *Ante la imagen: Pregunta formulada a los fines de una historia del arte*. Cendeac.
- Heidegger, M. (1998). *El ser y el tiempo*. Fondo de Cultura Económica.
- Husserl, E. (2011). *La idea de la fenomenología*. Herder.
- Lacan, J. (2001). *La relación de objeto (1956-1957)*. Paidós.
- Merleau-Ponty, M. (1970). *Lo visible y lo invisible*. Seix Barral.
- Michelstaedter, C. (2009). *La persuasión y la retórica*. Sexto Piso.
- Nietzsche, F. W. (1980). *El origen de la tragedia*. Espasa Calpe.
- Scheler, M. (1961). *El santo, el genio, el héroe*. Nova.
- Scheler, M. (1969). *La idea del hombre y la historia*. Siglo Veinte.
- Scheler, M. (1970). *La esencia de la filosofía y la condición moral del conocer filosófico*. Nova.
- Schopenhauer, A. (2010). *El mundo como voluntad y representación*. Alianza.
- Warburg, A. (2010). *Atlas Mnemosyne*. Akal.
- Wittgenstein, L. (2017). *Investigaciones filosóficas*. Trotta.

Artigo recebido em 18 de Outubro de 2022 e aprovado em 16 de Novembro de 2022.

Caminhos e intercâmbios na pesquisa em comunicação: Uma trajetória luso-brasileira

Paths and exchanges in communication research: A Luso-Brazilian trajectory

ISABEL FERIN CUNHA^a

Universidade de Coimbra, Instituto de Ciências da Comunicação da Nova. Lisboa, Portugal

RESUMO

Neste texto, procuro traçar e analisar cerca de 30 anos de uma trajetória pessoal de pesquisa, balizada por contextos geográficos, políticos e sociais no espaço da lusofonia e no âmbito das Ciências da Comunicação. O caminho fez-se de encontros e desencontros pessoais, profissionais e institucionais, onde a Escola de Comunicações e Artes e o Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade de São Paulo adquiriram grande centralidade. Muitas das referências são memórias pautadas por marcos temporais e, como tal, apresentam, à partida, uma reconfiguração do real, onde o viés do tempo, da espacialidade e da nostalgia geracional adquirem relevância significativa. O texto configura-se como um ensaio e adota-se uma ordem cronológica na exposição, com vista a explicitar muitas das opções temáticas, teórico-conceituais e metodológicas, que foram tomadas ao longo destas três décadas de pesquisa.

Palavras-chave: Ciências da comunicação, pesquisa, metodologias, análise dos media, espaço da lusofonia

ABSTRACT

This paper outlines and analyzes nearly 30 years of a personal research trajectory, based on geographic, political, and social contexts in the Portuguese speaking world and in the field of Communication Sciences. My path was made up of personal, professional, and institutional encounters and misunderstandings, where the School of Communication and Arts and the Graduate Program in Communication Sciences, University of São Paulo, acquired major centrality. Memories presented by time frames function as references and, as such, proposes a reconfiguration of the real in which time, spatiality, and generational nostalgia acquire significant relevance. Written as an essay, the text adopts a chronological order in the exposition to explain many of the thematic, theoretical-conceptual, and methodological choices undertaken over these three decades of research.

Keywords: Communication sciences, research methodologies, media analysis, Portuguese speaking world

^a Mestre e Doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (USP). Licenciada em História pela Faculdade de Letras de Lisboa. Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-8701-527X>. E-mail: barone.ferin@gmail.com

N O PRINCÍPIO ERA a determinação de fazer pós-graduação na Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP). Era o início da década de 1980, Portugal ainda não oferecia uma formação nesta área e a oportunidade de ir para São Paulo surgiu após uma estadia no Brasil. A ECA-USP tornou-se um objetivo imediato devido às suas credenciais internacionais e à sua proposta trans e multidisciplinar na área da Comunicação e da Informação. No início da década de 1980, com cerca de 30 anos, eu tinha completado uma licenciatura em História, na Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa, com duração de cinco anos – terminada em 1974 – e um curso de especialização em Biblioteconomia/Arquivística, realizado entre 1976 e 1977, em Coimbra. Entretanto, acumulei experiências como bibliotecária na Biblioteca Nacional de Portugal, em Lisboa, de 1973 a 1977, como professora cooperante em Angola, Luanda, em 1975/1976, e na recém-independente República de São Tomé e Príncipe, de 1977 a 1979.

Apoiada por amigos brasileiros, muitos deles ex-exilados da ditadura que conheci em diferentes lugares após a Revolução de 25 de Abril de 1974 e que estavam de regresso ao Brasil após a promulgação da Lei da Anistia – Lei nº 6.683/1979 –, candidatei-me à pós-graduação da ECA. Nos anos seguintes, fiz o mestrado – concluído em 1984 – e o doutorado – concluído em 1988 –, este último na especialidade de Biblioteconomia e Ciências da Informação, e em seguida comecei a lecionar e a participar em grupos de pesquisa (1984-1990).

Recuperando esse período, observo como foram importantes os anos curriculares da pós-graduação na ECA, tanto do mestrado como do doutorado. Primeiramente, saliento a diversidade teórica e conceitual expressa nos seminários oferecidos e nas dinâmicas conferidas pelos professores, incluindo os visitantes de nacionalidades e escolas teóricas diversas que os ministravam. Em seguida, noto como foi instigante cursar seminários em outras faculdades, como na Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas (FFLCH-USP), oportunidade que expandiu meus horizontes em relação à Sociologia, Antropologia, Filosofia, Literatura e História comparadas e permitiu que eu tivesse contato com docentes com visões de mundo, compreensões teóricas e metodológicas acadêmicas distintas, em que dominava a matriz marxista e estruturalista. A esse percurso acadêmico substantivo, juntaram-se as experiências advindas da convivência e partilha de ideias com colegas originários de todos os estados brasileiros e de países da América Latina, com leituras e backgrounds múltiplos que constituíram uma rede de companheirismo profissional e intelectual ao longo desses mais de 30 anos.

Tendo cursado a licenciatura de História na Faculdade de Letras de Lisboa, durante o período da ditadura salazarista, entre 1969 e 1974, o ingresso na pós-graduação da ECA me apresentou um leque de conhecimentos e

leituras interditas à época em Portugal, nomeadamente de autores marxistas, estruturalistas e funcionalistas nas Ciências Sociais. Saliento como profundamente impactante as leituras de autores da Escola de Frankfurt, tais como Adorno, Benjamin e Horkheimer, bem como os escritos de Roland Barthes, Bakhtin, Lévi-Strauss, Foucault, Bourdieu e Umberto Eco, que constituíram os alicerces teóricos de um percurso académico e de pesquisa. A esses autores juntam-se os brasileiros Raymundo Faoro, Sérgio Buarque de Holanda, Florestan Fernandes, Celso Furtado, Milton Santos e Antonio Candido, cujas leituras foram obrigatórias em disciplinas de pós-graduação e contribuíram para aprofundar o conhecimento sobre o Brasil, limitado até então aos ensinamentos e mundividências adquiridos na licenciatura em História em Portugal. A aquisição desses conhecimentos esteve sempre associada a discussões acaloradas e dinâmicas em salas de aula e em encontros informais com colegas e professores, tendo como pano de fundo o fim da ditadura brasileira, o movimento das Diretas Já (1983-1984) e o processo de afirmação democrática no Brasil.

A liberdade intelectual que experienciei nos seminários, nas leituras propostas e nos trabalhos finais permitiu a abordagem e adoção de temáticas e metodologias inovadoras, treinou o meu olhar para a disciplina e observação de fenómenos e instaurou em mim a dúvida e a crítica metódica, características que tentei aprofundar nas pesquisas que fui desenvolvendo ao longo da minha vida profissional. Num ambiente académico em que era explícito o apoio à interdisciplinaridade dos trabalhos, foi possível aliar, na dissertação de mestrado e na tese de doutoramento, a formação inicial em História ao interesse pela história da África, aos conhecimentos adquiridos na pós-graduação – especialmente de análise do discurso e de sociologia da linguagem – e às experiências vividas em dois países recém-independentes: Angola e São Tomé e Príncipe.

Data, ainda, da década de 1980, algumas colaborações que realizei na pós-graduação da ECA como docente, das quais saliento o seminário dedicado a aprofundar o conhecimento dos estudantes de pós-graduação sobre a África e o legado africano no Brasil. Já como docente do Departamento de Biblioteconomia e Documentação, após o doutorado, colaborei nos seminários de Análise Documentária inspirados no arqueólogo e filósofo francês Jean Claude Gardin, que constituíram um acrescido aprendizado docente e um estímulo ao aprofundamento da análise do discurso e da sociolinguística. Esse percurso influenciou a aquisição de competências no tratamento informático de dados, reforçadas pela realização de um pós-doutorado no Centre National de la Recherche Scientifique (CNRS), em Paris, entre 1990 e 1991.

ESPAÇOS DE PESQUISA E CONHECIMENTO

Questões de âmbito pessoal trouxeram-me de novo a Portugal. A estadia de um ano no CNRS, onde tive contato com professores envolvidos em projetos centrados na História e na Arqueologia que utilizavam metodologias de análise de conteúdo assistidas por softwares específicos, influenciou, definitivamente, a minha decisão de seguir para o campo da Comunicação.

Em Portugal, estava-se no início dos anos 1990 e começava-se a falar em Ciências da Comunicação, por vezes em simultâneo e em sobreposição ambígua com Jornalismo. As ofertas de formação académica eram restritas a algumas universidades e departamentos e poucos professores tinham formação específica no campo (Mesquita & Ponte, 1997; Rodrigues, 2002).

Datam desse período, e em cooperação com colegas da ECA e do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da USP (PPGCOM USP) – nomeadamente com Marques de Melo, Immacolata Vassalo de Lopes e Margarida Kunch –, as movimentações em que participei, com vista à organização da associação de pesquisadores em Ciências da Comunicação. Desse modo, o primeiro encontro, com vista à fundação da Sociedade Portuguesa de Ciências da Comunicação (SOPCOM), aconteceu na Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias, em 1997, seguindo-se outros encontros para organização de associações que agrupassem países de língua oficial portuguesa (LUSOCOM) e países Ibero-Americanos (IBERCOM). No país, o panorama mediático tinha se alterado substancialmente no início da década com a privatização de meios de comunicação e a emergência de grupos privados de televisão (Pinto et al., 2000). Para trás ficaram as nacionalizações de jornais e rádios, bem como a governamentalização da televisão pública, situações que caracterizaram o período pós-Revolução de 25 de Abril de 1974. Essas alterações, no seguimento da entrada de Portugal na União Europeia, em 1986, constituíram um desafio tanto para a área da docência e investigação em Comunicação quanto do Jornalismo, uma vez que a ditadura salazarista (1933-1974) não permitia formações académicas nessas áreas (Correia, 1999).

Ingressei como docente na Universidade Católica de Lisboa em 1992, quando foi criada a Faculdade de Ciências Humanas e a licenciatura em Comunicação Social e Cultural. Na instituição, tive o privilégio de iniciar um projeto académico original que exigiu o aprofundamento de novas competências teóricas e metodológicas no campo da Comunicação e das Ciências Sociais, em que as componentes da pesquisa e o envolvimento dos discentes eram fatores inovadores e determinantes. Nesse cenário, e estimulada pelo contexto vivido, coordenei a apresentação, a instâncias europeias, de projetos que visavam apreender como os meios de comunicação portugueses,

especificamente os jornais de âmbito nacional, abordavam o fenômeno da imigração em Portugal. O objetivo, à época, era criar bases de dados sobre a cobertura jornalística das migrações, adotando uma matriz comum a todas as instituições de pesquisa europeias participantes do projeto e utilizando metodologias de análise de conteúdo (quantitativa) – fundada na análise do discurso (qualitativa) – que vieram a moldar um campo de pesquisa designado Análise dos Media. A vivência dos seminários da pós-graduação da ECA inspirou não só a coordenação das atividades realizadas em conjunto com alunos de mestrado e doutorado, mas também os trabalhos que deram início à linha de pesquisa Media e Migrações.

Estava em curso uma fase de crescimento econômico em Portugal, proporcionada pela adesão do país à União Europeia, com grandes obras públicas importadoras de mão de obra, como a ponte Vasco da Gama, sobre o Rio Tejo, o Parque da Nações e as autoestradas nacionais (Viegas & Costa, 1998). Entre os migrantes que chegavam salientam-se os brasileiros que em conjunto com os cidadãos oriundos de países da ex-URSS, e de países africanos de língua oficial portuguesa, encontraram ocupação, preferencialmente nas obras públicas e nos serviços.

Os estudos acadêmicos desenvolvidos, majoritariamente exploratórios, objetivaram analisar as imagens/representações desses migrantes, nos jornais e nas televisões, por meio do registro da caracterização desses atores: atributos conferidos, enquadramentos mais frequentes ou áreas geográficas de localização (Cunha et al., 1996)¹. Ao mesmo tempo, esses trabalhos procuraram entender como as rotinas dos profissionais de comunicação, jornalistas e pivots sedimentavam e renovavam determinados estereótipos coloniais, criando hierarquias, definindo perfis e associando atributos às diferentes origens nacionais dos migrantes. Esses trabalhos empíricos, inicialmente, pretenderam obter resultados para fornecê-los a agências de financiamento, que, por sua vez, os utilizaram nas suas políticas públicas. Posteriormente, essas pesquisas estimularam e exigiram de parte dos pesquisadores a aquisição de um crescente aparato metodológico/teórico/conceitual, capaz de enquadrar a sua interpretação.

Desse modo, essas pesquisas levaram à recuperação e ao aprofundamento da bibliografia sociolinguística francesa de autores como Bronckart e Charaudeau, bem como de elementos teóricos e conceituais, de tendências críticas, no plano da análise do discurso – Chomsky, Van Dijk e Fairclough. O percurso metodológico que conjugou métodos quantitativos e qualitativos e adquiriu novos contornos, em função dos fenômenos e contextos observados, designou-se Análise dos Media. A partir dessa proposta metodológica, a Análise dos Media foi evoluindo para uma área de investigação que pressupõe o domínio prévio

¹ https://aps.pt/wp-content/uploads/2017/08/DPR492ad0fbef4a4_1.pdf.

de um conjunto de saberes relativos tanto ao funcionamento dos media e, evidentemente, às tecnologias de informação e comunicação quanto às temáticas implicadas nos objetos de pesquisa.

Aprender a complexidade das representações e as imagens veiculadas pelos meios de comunicação, principalmente pela televisão, levou à extensão do entendimento daqueles conceitos em outras disciplinas. Salienta-se as incursões na teoria da representação de Moscovici e, igualmente, no interacionismo simbólico, em que se destacam as propostas de enquadramento de Goffman e as discussões sobre a construção da realidade de Berger e Luckman. Por outro lado, e sob a influência dos estudos sobre os media e jornalismo, nomeadamente de matriz anglo-saxônica, em fase de consolidação em Portugal pela mão de Nelson Traquina (1993), recorreu-se a autores como Denis McQuail, Gaye Tuchman, Gurevitch e Blumler, Horace Newcomb e Michael Schudson para analisar o impacto dos media, sobretudo da televisão, na sociedade portuguesa.

Em simultâneo, tendo em conta a necessidade de explicar contextos complexos em que os fenómenos de comunicação adquirem múltiplas matizes, percutaram-se teorias e conceitos advindos dos Estudos Culturais, não só anglo-saxónicos, com Raymond Williams, Richard Hoggart e Stuart Hall, mas também latino-americanos, com a introdução de leituras de Canclini e Martín-Barbero (Ferin, 2002).

Num primeiro momento, a diversidade de correntes teóricas e conceituais que se abriram dificultaram a assunção de uma única linha teórica interpretativa. Por vezes, nesse percurso de descoberta, surgia a analogia de “ida ao supermercado de ideias”, situação que se configurava da seguinte forma: em função dos objetivos de cada estudo, das características de cada fenómeno e das suas interpretações possíveis, selecionava-se a teoria ou o conceito que melhor o poderia clarificar, independentemente da ortodoxia teórica e conceitual. Dessa forma, tentava-se o seu enquadramento aos objetivos da pesquisa. Na base de sustentação dessa atitude, perante o conhecimento e a pesquisa, confluíram autores que se debruçaram sobre a epistemologia do conhecimento, como Thomas Kuhn, Paul Feyerabend e Boaventura de Sousa Santos. Kuhn fundamentou um conjunto de procedimentos que se articulou em torno do princípio de contexto de descoberta, paradigma e crise do paradigma; Feyerabend inspirou a convicção de que os objetos determinam as metodologias e os métodos e que o conhecimento avança sustentado pela curiosidade metódica; Santos tornou claro que o conhecimento deve ser socialmente partilhado e se tornar vetor de cidadania e bem-estar social.

O percurso empreendido resultou, simultaneamente, numa considerável capacidade de interpretação à luz de diferentes cenários teóricos e em críticas da parte

de pares receosos não só de uma desinstalação da pureza teórica, como também da instauração de uma anarquia teórica e conceitual que quebrasse o compromisso com uma linha interpretativa dominante. A abordagem multidisciplinar veio contribuir para que os estudos e pesquisas de comunicação e jornalismo em Portugal diversificassem a matriz filosófica e linguística primordial, bem como para que consolidassem os estudos empíricos em paralelo à tradição ensaística existente.

Os estudos empíricos sobre os media e as migrações se cruzaram de imediato com outros dois temas: as imagens televisivas de discriminação das mulheres brasileiras e o papel das telenovelas brasileiras em Portugal. Observa-se que, desde o final dos anos 1970, mais precisamente desde 1977, com a exibição na RTP1 – canal televisivo público português – da telenovela *Gabriela*, da *TV Globo*, as telenovelas brasileiras mantiveram presença constante e dominante nas grades televisivas até ao início do milênio (Cunha, 2011). O impacto desse fenômeno na sociedade portuguesa, muito desvalorizado pelos estudos acadêmicos portugueses, revelou-se determinante quando imigrantes brasileiros chegaram a Portugal durante a década de 1990. Naquele momento, sem estudos de recepção no terreno sobre as telenovelas brasileiras, os indicadores disponíveis em Portugal se limitavam a índices de *share* e *rating* ou às crônicas jornalísticas. Enquanto as primeiras expressavam a adesão da população portuguesa ao produto telenovela, as crônicas jornalísticas tendiam, com raras exceções, a conclamar contra a influência perniciosa das telenovelas no português falado e na aquisição de usos e costumes estranhos. Alguns comentadores falaram mesmo em vingança simbólica pós-colonial brasileira.

Sendo um fenômeno sem muitos estudos acadêmicos – concretamente, havia dois estudos publicados (Moreira, 1980; Viegas, 1987) –, o tema atraiu estudantes de mestrado e doutorado portugueses e brasileiros para Portugal, momento em que foram captados apoios institucionais, e permitiu uma colaboração mais estreita com a ECA e o Núcleo de Pesquisa de Telenovela (NPTN) e suas/seus investigadores. Ressalto, nessa colaboração que se estendeu ao Centro de Estudos de Telenovela (CETVN), ao Obitel Internacional e à participação de seminários do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação (PPGCOM) da ECA, a dinâmica interação entre colegas, tais como Anamaria Fadul, Maria Aparecida Baccega, Immacolata Vassalo de Lopes, Maria Lourdes Motter e Solange Couceiro. Noto, ainda, a influência que teve nos estudos de recepção, em Portugal, a publicação, em 2002, da pesquisa *Vivendo com a telenovela: mediações, recepção e teleficcionalidade* (Lopes et al., 2002), que deu origem a dissertações e teses e a uma linha de pesquisa consolidada na Fundação para a Ciência e a Tecnologia (FCT), agência de financiamento à pesquisa portuguesa.

A originalidade e a interdisciplinaridade da abordagem das colegas brasileiras à temática das telenovelas constituíram a base teórica de trabalho das pesquisas que coordenei e impulsionaram a ampliação teórica e empírica em função do contexto social e acadêmico português, pautado pela inserção nas redes de pesquisa europeias, com relevância para a matriz anglo-saxônica. Duas perspectivas de estudo surgiram em função dos trabalhos empíricos: uma direcionada para o aprofundamento da ficção televisiva e das telenovelas em sociedades ocidentais e outra objetivando discutir as questões de identidade nos conteúdos e na recepção da ficção televisiva.

A primeira perspectiva levou à realização de estudos centrados, preferencialmente, nos produtos ficcionais, suas características de produção, avaliação de *shares* e *ratings* e qualidade dos roteiros. São exemplos desses trabalhos as colaborações, em parceria com o Obitel Internacional, que demandaram a formação de uma equipe nacional e constituíram um desafio à organização multidisciplinar e interuniversitária, treinando uma nova geração de pesquisadores aptos a participar em pesquisas cooperativas e comparativas. A segunda linha de estudos levou à exploração dos conteúdos e ao seu cotejamento com as percepções no momento da recepção, tendo como foco as questões identitárias das audiências. Linha de pesquisa que fez emergir, por exemplo, estudos sobre mulheres imigrantes brasileiras e questões simultaneamente coloniais, feministas e de gênero. Esse último percurso resultou em diferentes projetos financiados por agências nacionais portuguesas², bem como num seminário oferecido no PPGCOM da USP, em 2006 e 2007, sobre identidade e reconhecimento nos media.

Em ambos os percursos, observa-se a inspiração em autores/as clássicos/as dos anos 1980 sobre a ficção seriada e a sua recepção, como Brunson, Ang, Cantor, Cassata, Morley, Modleski e López Pumarejo, mas também de outros/as dos anos 1990, como Geraghty, Gripsrud, Kilborn, Mattelart, Livingstone, Liebs e Katz. São também objetos de leitura autores que apontam para cenários globalizados de mediação e recepção, numa primeira reflexão sobre o papel dos media e das tecnologias da informação e comunicação num mundo globalizado, por exemplo, Benedict Anderson, Arjun Appadurai, Chris Barker, Katherine Woodward, Alain Touraine e Joseph Straubhaar.

Nessa conjuntura, as metodologias experimentadas colhem orientação quer em princípios desenvolvidos nos trabalhos do NPTN, do CETVN ou do Obitel e nos manuais brasileiros sobre pesquisa em Comunicação, quer nas propostas apresentadas em manuais especializados de pesquisa em Comunicação, como *Researching communication* (Deacon et al., 1999).

² Por exemplo, o Projecto FCT *A televisão e imagens da diferença*, realizado entre 2002 e 2005. Mais informações estão disponíveis em: <http://cicdigitalpolo.fcsh.unl.pt/pt/televisao-as-imagens-da-diferenca/>. É de justiça nomear os pesquisadores que acompanharam este percurso, integrados em projetos ou em fase de formação, tais como Teresa Libano Monteiro, Verónica Policarpo, Catarina Burnay, Catarina Valdigem, Josefina Tranquilim da Silva, Fernanda Castilho Santana e Ana Paula Guedes.

DESAFIOS EM CONTEXTOS DE PESQUISA VOLÁTEIS

O início do milênio coincidiu com um novo desafio na licenciatura em Jornalismo e Comunicação, na Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra. Essa licenciatura, preferencialmente vocacionada para o jornalismo, que tinha tido como um dos seus promotores o jornalista e professor Mário Mesquita (2003), exigiu uma maior concentração nos estudos do jornalismo e direcionou as pesquisas e projetos para esse campo da comunicação. Sem abandonar por completo os temas de pesquisa anteriores, que, inicialmente, procuraram se acomodar com as novas temáticas, tornou-se claro que era necessário redefinir prioridades. Assim, e paulatinamente, afastei-me das temáticas de ficção e migrações e me concentrei em projetos da área do Jornalismo e da Comunicação e Política.

Sublinho que o fio condutor desses trabalhos foi a análise dos media, que, ao longo do percurso anteriormente descrito, absorveu tanto os quadros teóricos das teorias sociais quanto metodologias quantitativas e qualitativas experimentadas, nomeadamente as presentes em pesquisas de estudos culturais, em que a questão da percepção e da emoção adquirem valoração como indicadores de análise (Pickering, 2008; Ragin, 1994). Pela amplitude e complexidade dos objetos a pesquisar, a análise dos media expandiu os quadros teóricos, vinculando-se às circunstâncias históricas, sociais e tecnológicas em que se inserem os fenômenos analisados. Trata-se de um exercício teórico/empírico que recorre a metodologias mistas com vista a dissecar fenômenos presentes nos media, pressupondo que a escolha do objeto de pesquisa e do tipo de pesquisa a ser realizada determinarão as escolhas de modelos, métodos e instrumentos (Cunha & Peixinho, 2020). Sublinho que a análise dos media foi, ao longo deste percurso acadêmico, adquirindo uma dimensão que visou contribuir não só para o desenho de políticas públicas sobre determinados fenômenos, como também para a formação cívica e cidadã que acompanha as literacias midiáticas.

Com aquela perspectiva, desenvolveram-se projetos que objetivaram analisar a cobertura jornalística, na imprensa e na televisão, de atos políticos em Portugal, tais como as eleições para os diferentes órgãos de soberania. Num ecossistema mediático em que se repercutiam as transformações causadas por uma acelerada mudança tecnológica e econômica, com a emergência de novos operadores mediáticos e a interferência de capitais estrangeiros, essas análises visavam compreender o papel dos media, sobretudo das televisões, por meio das notícias veiculadas nos jornais televisivos, na construção das imagens dos políticos e da política (Cunha, 2007)³. Os resultados reforçaram as teorias que apontavam os meios de comunicação como atores políticos, bem como demonstraram: a tendência dos meios de comunicação de privilegiarem notícias de *fait-divers*

³ O livro *Jornalismo e democracia* é derivado do projeto *Jornalismo e Atos de Democracia*, que pode ser acessado em: <https://bit.ly/3twRoVT>. Participaram desse projeto Estrela Serrano, Rita Figueiras e Vanda Calado. Foram convidados a publicar em conjunto os pesquisadores brasileiros Antonio Albino Canelas Rubim e Leandro Colling.

em detrimento da substância; o fascínio da informação formatada em entretenimento; a confusão entre linguagem popular, a simplificação do *sound/image byte*; a atratividade de um ideário crítico às instituições democráticas e ao papel do Estado nas sociedades liberais.

Nesses projetos, contou-se sempre com a colaboração de pesquisadores brasileiros de várias instituições e estados, com ênfase para as parcerias realizadas com a coordenação, por meio de Cristina Costa, do Arquivo Miroel Silveira, posteriormente designado Núcleo de Pesquisa Comunicação e Censura, que envolveu o PPGCOM-USP.

Observa-se que o período de 2010 a 2012 foi particularmente exigente no que toca ao financiamento à pesquisa em Portugal, na sequência da bancarrota e resgate, em 2011, provocado pela queda do Lehman Brothers, em 2008, e da crise das dívidas públicas da Zona Euro. As circunstâncias e as opções políticas europeias e nacionais geraram um período de austeridade – que não foi revertido até hoje – nos seus múltiplos impactos econômicos, sociais e políticos. As consequências dessa opção pelo capital, em detrimento dos cidadãos, na resolução da crise dos *subprime* na Europa, levou à emergência de uma vaga de governos populistas e extremistas no continente, acentuando tendências antidemocráticas na maioria desses países e pondo em causa a independência de instituições e a liberdade de expressão (Aalberg et al., 2016).

A conjuntura portuguesa, desfavorável ao financiamento da pesquisa, não impediu a continuação de parcerias, potenciadas por anteriores projetos envolvendo pesquisadores e instituições, tal como o que foi desenvolvido entre 2018 e 2019 e intitulado *Liberdade de expressão e de imprensa: uma análise comparativa dos processos eleitorais em Portugal e Brasil*⁴. Organizaram-se eventos conjuntos, alguns deles pela primeira vez por videoconferência, que envolveram pesquisadores portugueses do então Centro de Investigação Media e Jornalismo (CIMJ), chefiado por Nelson Traquina, hoje Centro de Investigação em Comunicação da Universidade Nova (Icnova), e da ECA – Arquivo Miroel Silveira e PPGCOM. Os eventos que tiveram lugar nas duas instituições privilegiaram as diversas faces da censura, numa perspetiva histórico-política associada às ditaduras portuguesa e brasileira, mas também exploraram o crescimento de novas formas de censura associadas às ameaças à democracia, aos processos de globalização, aos media tradicionais e às tecnologias de informação e comunicação (Costa, 2014).

O foco no processo de globalização e nas ameaças à democracia na Europa – tendo como pano de fundo o domínio crescente das tecnologias da informação e da comunicação e a instalação de um capitalismo de vigilância – levaram ao aprofundamento de estudos com essa temática. O trauma da crise da dívida

⁴Nesse projeto, ressaltou a participação dos investigadores portugueses Ana Cabrera e Francisco Rui Cádima e dos brasileiros Cristina Costa, Walter Sousa Jr. e Jacqueline Pithan.

pública europeia e da adoção de medidas centradas no capital, em detrimento dos cidadãos, abriu novos focos de pesquisa em comunicação e política e no papel dos media no espaço público mediatizado. Em paralelo, a divulgação de indicadores mundiais, apresentados por instituições internacionais, que monitoram a qualidade da democracia, das suas instituições e da liberdade de expressão, confirmando o declínio das democracias face às autocracias e sublinhando, nesse processo, o papel das redes sociais e o impacto no espaço público das patologias de informação, suscitou crescente interesse pela temática. Em discussão estava – e ainda está – o processo de transformação do conceito de democracia, focado nos cidadãos para uma outra concepção de democracia, centrada nos interesses do mercado globalizado. Trata-se de uma mudança que tende a transformar a democracia num conjunto de regras – ou procedimentos necessários – para a legitimação de governos que gerem os interesses públicos nacionais em proveito dos grandes interesses econômicos e financeiros globalizados. Nesse contexto, a democracia funciona como um método para a constituição de governos e gestão de interesses, não oferecendo conotações ideológicas nas suas práticas, mas sim disponibilizando-se como ferramenta utilitária do sistema político, econômico e financeiro (Cunha, 2015).

No rescaldo da crise da dívida da Zona Euro (2014-2017), esteve em curso a execução do projeto *Corrupção política nos media, uma perspetiva comparada*⁵, que visou a comparação de sistemas mediáticos, políticos e sociais em três países que têm o português como língua oficial. A participação e cooperação de pesquisadores advindos de conjunturas e cenários muito diferentes permitiram cotejar fenômenos políticos eleitorais e práticas de governação, bem como aferir e confrontar teorias e conceitos, tais como os associados à concepção de democracia e ao entendimento do fenômeno de corrupção. O trabalho envolveu procedimentos teóricos, como: a partilha de bibliografia, com vista a explicitação de conceitos e enquadramentos teóricos; o desenho dos contextos objetivos de cada espaço geográfico e dos contextos interpretativos inerentes a cada grupo de pesquisa; a discussão de potenciais abordagens metodológicas, com o objetivo de se adotar procedimentos comuns; a identificação de categorias comparativas, tendo como critério o reconhecimento de componentes comparáveis, da sua compatibilidade, com a finalidade de identificar equivalentes funcionais e justificar possíveis adequações.

Os resultados obtidos, neste trajeto, apontaram para a identificação de padrões comuns aos três países participantes, por exemplo, a visibilidade alcançada pelos atores políticos nos fenômenos de corrupção, a opacidade dos corruptores, sejam eles indivíduos singulares, instituições ou interesses organizados, e a constante descredibilização das instituições democráticas, mesmo quando as prevaricadoras

⁵ Mais informações sobre o projeto estão disponíveis em <https://bit.ly/3g8T84r>. Participaram desse projeto: Estrela Serrano, Ana Cabrera, Rita Figueiras, João Figueiras, Bruno Araújo, Nuno Coimbra Mesquita, Fernando Felgueiras e Álvaro Moisés.

são privadas. A execução do projeto também demonstrou a dificuldade de se comparar o fenômeno da corrupção em três espaços geográficos com percursos políticos, históricos e sociais díspares, aos quais se juntavam réplicas coloniais e pós-coloniais, determinando que o entendimento do conceito tende a adquirir concepções diferenciadas e uma gravidade cívica distinta.

Foram múltiplos os desdobramentos deste projeto e ocorreram não só durante a execução, como também após ele ter sido terminado. No âmbito da colaboração com o Núcleo de Pesquisa Comunicação e Censura da ECA e com o Instituto de Comunicação da Nova (ICNOVA), discutiram-se tendências nacionais e internacionais associadas às ameaças à democracia, bem como aos crescentes indícios de uma desestabilização da ordem internacional implantada pelos Estados Unidos, interpretada como imposta pelo ocidente no final da Segunda Guerra Mundial. Se os indicadores sobre a desdemocratização podem ser aferidos universalmente, a partir de indicadores como os divulgados pela Freedom House⁶, é mais difícil discutir o que está em jogo, quem são os atores, quais seus interesses e que futuro promete o processo de desglobalização e desocidentalização em curso (Costa & Blanco, 2019).

⁶ Conferir <https://freedomhouse.org>.

Sublinha-se que a globalização assenta no desenvolvimento das tecnologias da informação e comunicação na velocidade conferida por esses dispositivos às trocas financeiras e comerciais e à expansão de um imaginário simbólico de consumo global que foi apropriado em função dos locais, regiões, continentes e culturas. No entanto, enquanto a expansão da globalização, no século passado, esteve associada principalmente à imprensa escrita, ao rádio, ao telégrafo e aos múltiplos écrans/telas de conteúdos produzidos por empresas de cinema e televisão, a desglobalização e o processo de desocidentalização estão, iminentemente, vinculados às redes sociais, à comercialização dos *big data* e ao que se chama capitalismo digital (Meier, 2019) e/ou vigilância (Zuboff, 2019).

Neste momento, o percurso traçado neste texto sofre de novo uma inflexão teórica e metodológica, que passa a centrar-se nos fenômenos de fragmentação do mundo ocidental, na polarização dos regimes democráticos – com a ascensão dos populismos e dos autoritarismos – e nas ameaças da má informação, produzidas industrialmente e utilizadas como armas. A todos esses elementos de mudança e de desestabilização se soma o apagão global provocado pela pandemia de covid-19 e o início de uma guerra no coração da Europa.

“NO MEIO DO CAMINHO TINHA UMA PEDRA...”

A pandemia de covid-19, que eclodiu no final de 2019 em Wuhan, na China, e se espalhou pelo mundo, tendeu a seguir a rota da globalização.

Autores consideram que o coronavírus adquiriu um padrão de transmissão, designado por 3C, que se expandia, preferencialmente, com base em lugares populosos, contatos de proximidade e espaços confinados e fechados (Fujita & Hamaguchi, 2020). Esse padrão impactou de forma transversal grandes áreas urbanas e industriais, mas foi principalmente suportado por populações que vivem, muitas vezes, sob condições insalubres de habitação, têm trabalhos precários e mal pagos e escasso acesso a cuidados de saúde e proteção social. A pandemia demonstrou, igualmente, as fragilidades da globalização, expondo a dependência, principalmente do ocidente, das cadeias de valor globais e fornecedores asiáticos, nomeadamente a China. Em simultâneo, a covid-19 reforçou o poder das *Big Tec*, com o refúgio do mundo laboral em regime de teletrabalho e o recurso às redes sociais como forma aconselhada e segura de comunicação interpessoal e social.

O contexto da globalização, tal como foi vivido até 2019 pela perspectiva tanto ocidental quanto oriental, começou a ser reinterpretado por meio da acentuação de clivagens entre blocos geoestratégicos, indicadores que já vinham sendo observados desde o início do milénio (Stiglitz, 2020). Em fevereiro de 2022, a invasão da Ucrânia pela Federação Russa efetivou, de forma aparentemente irreversível, a reorganização do espaço da globalização e o reordenamento de blocos geográficos e políticos das grandes potências e dos seus interesses (Roubini, 2022).

O contexto internacional polarizado foi anunciado em muitos países com regimes democráticos formais por uma extremização dos sistemas partidário e político, aos quais não é estranha a atuação/utilização das redes sociais. Exemplos mais conhecidos e estudados são o Brexit, iniciado em 2016 no Reino Unido, e as eleições que levaram Trump à presidência dos Estados Unidos, em 2016, e Bolsonaro à presidência do Brasil, em 2018. Esses acontecimentos, fundados na manipulação de algoritmos e na apropriação indevida de *big data* – por empresas especializadas e piratas contratadas para esses serviços –, tendem a se complexificar exponencialmente no momento em que a sua atuação se estende à segurança de infraestruturas, à guerra e à luta pela supremacia tecnológica. A polémica que envolve a empresa chinesa Huawei, na Europa e nos Estados Unidos, acusada de incluir na sua tecnologia um dispositivo de transferência e análise de dados, indica essa mudança.

Contudo, a polarização, associada aos movimentos populistas e neonazis/neofascistas, já tinha adquirido grande visibilidade no pós-crise da Zona Euro, sobretudo no centro e no norte da Europa. O ideário daqueles partidos sublinhava determinados valores como fundadores da sociedade ocidental e, com base neles, defendiam psicionamentos nacionalistas, xenófobos e homofóbicos que se traduziram em programas com vista a limitar os direitos individuais, sobretudo no que toca às questões de género e das migrações, principalmente as de origem

islâmica. A liberdade de imprensa e expressão e o policiamento das redes sociais constituíram, também, um alvo desses partidos populistas, que têm vindo a obter posições significativas nos parlamentos nacionais e internacionais.

A polarização e fragmentação não são um fenômeno exclusivamente político, mas afetam, num movimento com características políticas contrárias, o pensamento e o conhecimento acadêmicos. Avolumaram-se nas sociedades ocidentalizadas, mas sobretudo nas universidades, principalmente anglo-saxônicas, um conjunto de movimentos que, tendo uma fundamentação democrática e igualitária, tendem a extremar-se aprofundando fraturas nos regimes democráticos, são eles, por exemplo, os movimentos *woke*, as designadas *guerras culturais*, as manifestações da *cultura de cancelamento* e as decisões fundadas no princípio do *politicamente correto*. Esse cenário, impulsionado principalmente nas universidades e organizações não governamentais, tem fragmentado e ameaçado as democracias, desviado as atenções das ameaças autocráticas, populistas e neofascistas, impondo agendas que, sendo importantes, impedem a convergência democrática e a luta concertada contra o neoliberalismo. Ao mesmo tempo, esses posicionamentos, ao confinarem a produção e o ativismo ao meio intelectual e às universidades, afastando-os das aspirações da generalidade da sociedade cívica, tendem a contribuir para as guerras anticiência, para a propagação da má informação e para a incapacidade de compreender muitos dos fenômenos sociais, políticos, econômicos e tecnológicos que embasam a emergência dos populismos e das autocracias atuais.

As ciências sociais e humanas, em que se incluem as ciências da comunicação, parecem vacilar perante esses desafios não só na sua dimensão teórica e analítica, como também na perspectiva metodológica. Os dados, que fundamentariam a compreensão e a interpretação dos fenômenos associados ao uso e impacto das redes sociais, encontram-se, muitas vezes, inacessíveis aos pesquisadores por serem propriedade das *Big Tec*. Por outro lado, o volume e os aparatos necessários para o seu processamento – hardwares e softwares – estão fora do alcance do trabalho de pesquisadores individuais e de grande parte dos centros de pesquisa. Vale acrescentar que os desdobramentos das tecnologias digitais, da inteligência artificial, da plataformização da vida, bem como suas ferramentas matemáticas, estatísticas e princípios de racionalidade, constituem campos desconhecidos para a maioria dos pesquisadores dessas áreas do conhecimento.

Com esses limites, as pesquisas tendem a se concentrar na espuma dos dias e na alimentação da indústria acadêmica. Mais uma vez, as redes sociais cooperam para esse panorama, privilegiando o conflito, insuflando temas fracturantes, promovendo fã-clubes e, no fechamento em bolhas temáticas, favorecendo a demonização de opositores e a destruição de mediações no espaço público.

Esse cenário não augura nada de bom e apenas adia as escolhas que temos pela frente como humanidade e como indivíduos. Mas a história também é feita de esperanças... 

REFERÊNCIAS

- Aalberg, T., Esser, F., Reinemann, C., Strömbäck, J., & De Vreese, C. H. (2016). *Populist political communication in Europe*. Routledge.
- Correia, F. (1999). *Jornalismo, grupos económicos e democracia*. Caminho.
- Costa, C., & Blanco, P. (Orgs.). (2019). *Liberdade de expressão e campanhas eleitorais – Brasil 2018*. ECA-USP.
- Costa, M. C. C. (Org.). (2014). *Diálogos sobre censura e liberdade de expressão: Brasil e Portugal*. ECA-USP.
- Cunha, I. F., Queiroz, J., Ribeiro, P., Figueiras, R., & Policarpo, V. (1996). Os africanos na imprensa portuguesa [Apresentação de trabalho]. 3º Congresso Português de Sociologia, Coimbra, Portugal. <https://bit.ly/3tvJ3Sq>
- Cunha, I. F. (2007). *Jornalismo e democracia*. Paulus.
- Cunha, I. F. (2011). *Memórias da telenovela: Programas e recepção*. Livros Horizonte.
- Cunha, I. F. (2015). Da ‘desdemocratização’ da Europa: democracia, media e corrupção. *Intercom*, 38(1), 37-63. <https://doi.org/10.1590/1809-5844201512>
- Cunha, I. F., & Peixinho, A. T. (2020). *Análise dos media*. Imprensa da Universidade de Coimbra.
- Deacon, D., Murdock, G., Pickering, M., & Golding, P. (1999). *Researching communications: A practical guide to methods in media and cultural analysis*. Arnold.
- Ferin, I. (2002). *Comunicação e culturas do quotidiano*. Quimera.
- Fujita, M., & Hamaguchi, N. (16 ago. 2020). Globalisation and the Covid-19 pandemic: A spatial economics perspective. *Vox*. <https://bit.ly/3A9wRdL>
- Lopes, M. I. V., Borelli, S. H. S., & Resende, V. R. (2002). *Vivendo com a telenovela: Mediações, recepção e teleficcionalidade*. Summus.
- Meier, W. A. (2019). Towards a policy for digital capitalism? In J. Trappel (Ed.), *Digital media inequalities: Policies against divides, distrust and discrimination* (pp. 265-284). Nordicom.
- Mesquita, M., & Ponte, C. (1997). *Situação do ensino e da formação profissional na área do jornalismo*. Universidade da Beira Interior.
- Mesquita, M. (2003). *O quarto equívoco: O poder dos media na sociedade contemporânea*. Minerva.
- Moreira, J. P. (1980). Telenovela: A propósito da cultura de massas. *Revista Crítica de Ciências Sociais*, (4-5), 47-85.

- Pickering, M. (Ed.). (2008). *Research methods for cultural studies*. Edinburgh University Press.
- Pinto, M., Sousa, H., Fidalgo, J., Gonçalves, H., Lopes, F., Pires, H., & Marinho, S. (2000). *A comunicação e os media em Portugal (1995-1999): Cronologia e leituras de tendência*. Instituto de Ciências Sociais.
- Ragin, C. C. (1994). *Constructing social research: The unity and diversity of method*. Pine Forge Press.
- Rodrigues, A. D. (2002). As ciências da comunicação em Portugal. *Comunicação e Sociedade*, 4, 187-197. [https://doi.org/10.17231/comsoc.4\(2002\).1291](https://doi.org/10.17231/comsoc.4(2002).1291)
- Roubini, N. (25 fev. 2022). Russia's war and global economy. *Project Syndicate*. <https://bit.ly/3E62Nkf>
- Stiglitz, J. (2020). Conquering the Great Divide. *IMF – International Monetary Fund*. <https://bit.ly/3E7SgoQ>
- Traquina, N. (Org.). (1993). *Jornalismo: Questões, teorias e estórias*. Vega.
- Viegas, J. M. L. (1987). Telenovelas: do modelo de recepção à diversidade de reconhecimento. *Sociologia, Problemas e Práticas*, (2), 13-44.
- Viegas, J. M. L., & Costa, A. F. (Orgs.). (1998). *Portugal, que modernidade?* Celta.
- Zuboff, S. (2019). Surveillance capitalism and the challenge of collective action. *New Labor Forum*, 28(1), 10-29.

Artigo recebido em 20 de Outubro de 2022 e aprovado em 16 de Novembro de 2022.

Da etnografia à evolução

From ethnography to evolution

JAMES LULL^a

Universidade Estadual de San Jose, Departamento de Estudos da Comunicação. San Jose – CA, Estados Unidos da América.

RESUMO

O autor reflete sobre o desenvolvimento de sua abordagem epistêmica no estudo da comunicação e cultura, primeiramente, por meio de narrativas de experiências-chave que ele teve quando criança e jovem adulto, especialmente viagens. Ele traça a trajetória do seu estudo empírico sobre mídia, cultura e comunicação, citando os principais estudiosos e literatura, bem como suas experiências como comunicador profissional. A tese de doutorado do professor Lull, realizada na Universidade de Wisconsin-Madison, uma etnografia inovadora da vida familiar com a televisão, estabeleceu-o no caminho da pesquisa empírica qualitativa durante grande parte do seu início de carreira. Ele cita o artigo *The social uses of television* e sua etnografia sobre a chegada da televisão na China urbana como suas maiores realizações em pesquisa. No final da década de 1980, seu foco se voltou para a América Latina, onde participou de várias palestras, seminários e workshops. Seu trabalho colaborativo com Eduardo Neiva, professor de comunicação brasileiro-estadunidense, contribuiu para a transição do autor para seu mais recente trabalho: a introdução da comunicação evolutiva como uma alternativa teórica para a área. **Palavras-chave:** Etnografia, estruturação, evolução, comunicação evolutiva

^a Professor Emérito da Universidade Estadual de San Jose. Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-4150-1007>. E-mail: jameslull@aol.com

ABSTRACT

The author reflects on the development of his epistemic approach to the study of communication and culture first by recounting key experiences he had as a boy and young man, especially travel. He traces the trajectory of his empirical study of media, culture, and communication by citing key scholars and literature as well as his experiences as a professional communicator. Professor Lull's doctoral dissertation at the University of Wisconsin-Madison, an innovative ethnography of family life with television, set him on the path of qualitative empirical research for much of his early career. He mentions his article "The Social Uses of Television" and his ethnography of the arrival of television in urban China as his major research accomplishments. In the late 1980s, his focus turned to Latin America, where he has given numerous presentations, seminars, and workshops. His collaboration with the Brazilian-American communications professor Eduardo Neiva helped bring about a transition to his most recent work, the introduction of evolutionary communication as a theoretical alternative in the field.

Keywords: Ethnography, structuration, evolution, evolutionary communication

DOI: <http://dx.doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v16i3p87-102>

V.16 - Nº 3 set./dez. 2022 São Paulo - Brasil JAMES LULL p. 87-102

MATRIZES

MEU *HABITUS INTELLECTUAL* e as decisões, escolhas, valores e subjetividades que moldaram minha carreira como pesquisador, escritor e professor refletem uma trajetória pessoal que antecede em muito os cinco anos de treinamento formal na pós-graduação. Tenho certeza de que isso é verdade para a maioria de nós.

A comunicação e a cultura fascinaram-me muitos anos antes da minha incursão no ensino superior. Embora eu me considere socialmente introvertido, sempre adorei me expressar por meio dos meios disponíveis, começando com minha voz e meu corpo – uma divisão público/privado no comportamento expressivo que é comum entre os introvertidos. Durante o ensino médio, tornei-me locutor de fim de semana de uma pequena estação de rádio AM comercial em minha cidade natal, Owatonna, Minnesota, EUA. Eu era o locutor do estádio da minha escola para jogos de futebol, membro do coral da escola, redator do jornal da escola e ator nas peças da escola.

Aos 15 anos, meu pai me deu algo que trouxe benefícios para toda a minha vida: uma paixão por viagens ao exterior e um profundo apreço pela complexidade de cultura. Papai era um especialista em mapas de uma divisão de infantaria americana que lutou na França durante a Segunda Guerra Mundial. Ele estava determinado, 15 anos depois, a retornar à Europa para reconstituir seus passos, reatar a amizade com as famílias francesas com quem ele ficou durante as últimas etapas da guerra e explorar países como Holanda, Itália, Áustria e Suíça – que ele nunca tinha visitado. Tornei-me seu parceiro em uma viagem sem guia turístico de um mês pela Europa central em um carro alugado. Papai manteve um diário detalhado da viagem, cheio de observações como as seguintes, descrevendo suas impressões sobre Genebra, Suíça, em 4 de julho de 1960:

Fiz um interessante passeio de ônibus pela cidade. O guia falava inglês, francês, alemão e italiano. Fizemos amizade aqui com um jovem professor de inglês e sua irmã da Índia.

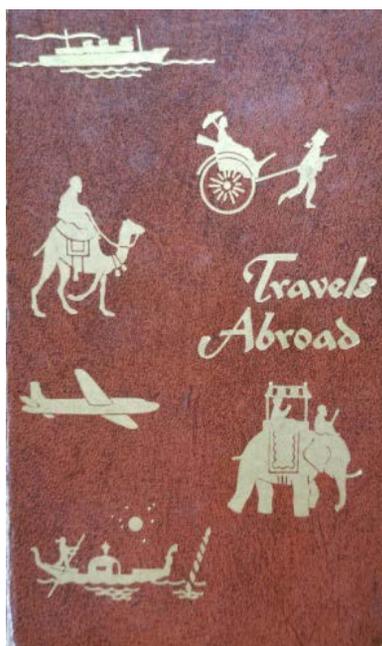
Ao contrário da maioria dos adolescentes americanos até hoje, especialmente aqueles que vivem no meio-oeste, eu estava tendo uma experiência em primeira mão do multiculturalismo. Por causa de sua diversidade étnica e pura beleza natural, papai era apaixonado pela Suíça. Certa noite, enquanto jantávamos no restaurante de um hotel nos Alpes suíços, ele me disse: “Olhe ao seu redor, filho. Nós, americanos, estamos comendo comida francesa servida por um garçom italiano na Suíça. As pessoas na mesa ao lado estão falando alemão e ali está um casal de chineses.” Nunca esqueci aquele cenário multicultural há mais de 60 anos e a descrição sensível e respeitosa de papai. Ele não apenas observava e apontava

as coisas culturais que o interessavam, *mas também as anotava*. Eu certamente não sabia na época, mas minha imaginação etnográfica começava a tomar forma.

Figura 1



Figura 2



Depois de terminar o colegial em 1963 com notas médias e nenhum interesse imediato em ingressar na faculdade, alistei-me no Exército dos Estados Unidos para me tornar um “especialista em informação e transmissão”. Após o treinamento na Escola de Informação de Defesa localizada em New Rochelle, Nova York, fui enviado para Fort Benning, Geórgia, para servir como jornalista e locutor militar. Também trabalhei fora do posto nos fins de semana como DJ Top 40 para estações de rádio comerciais em Columbus, Geórgia.

Quando entrei para o Exército, poucas pessoas (inclusive eu) sabiam da crescente presença militar dos Estados Unidos no Vietnã. Mas, em agosto de 1965, fui despachado para lá com a 1ª divisão de cavalaria aérea como parte do aumento de forças do presidente Lyndon Johnson na zona de guerra. Nos primeiros seis meses no Sudeste Asiático, servi como repórter militar para *Stars and Stripes*, *Army Times* e muitos jornais metropolitanos nos Estados Unidos. Em janeiro de 1966, fui transferido de meu posto de jornalista no planalto central para Saigon (atual cidade de Ho Chi Minh) para me tornar um locutor da equipe da

Rádio-Vietnã das Forças Armadas. Eu estava no ar durante a época da guerra do *Good Morning, Vietnam!* Meu programa noturno na Rádio das Forças Armadas levou ao famoso programa “Dawn Buster”, apresentado por Adrian Cronauer, interpretado por Robin Williams naquele famoso filme.

O recrutamento de jovens para o serviço militar nos Estados Unidos foi obrigatório de 1948 a 1973. Esse requisito me deu a oportunidade de trabalhar com vários jovens comunicadores profissionais que foram convocados involuntariamente para o serviço. Eles eram jornalistas, fotógrafos e locutores em suas vidas civis. Todos eram universitários graduados e muitos deles se tornaram mentores *de facto* para mim. A experiência de cobrir a guerra no terreno me imbuíu de grande respeito pelo jornalismo de qualidade. Até hoje, prefiro ler um relato jornalístico detalhado, com nuances e com boas fontes de uma notícia ou questão política legítima do que me debruçar sobre a maioria dos artigos que aparecem em revistas acadêmicas.

Quando fiz 21 anos, já havia viajado pela Europa Central com meu pai e fui enviado para o Sudeste Asiático pelo Exército — dois eventos monumentais em minha vida. Eu realmente não queria fazer aquela longa viagem de verão com papai aos 15 anos; perseguir garotas e jogar beisebol eram muito mais importantes. E a implantação militar estava repleta de perigos. Mas essas experiências moldaram positivamente a visão de mundo global que eu adotaria e a pessoa, o pesquisador, o escritor e o professor que eu me tornaria.

Mudei-me para a Califórnia para cursar a faculdade quando minha viagem militar ao Vietnã terminou. Para financiar minha graduação na San Jose State University, trabalhei como locutor em uma estação comercial de rádio FM de rock progressivo. Além de minhas funções no ar na estação, o gerente geral me pediu para conduzir uma pesquisa por telefone sobre os hábitos de escuta do público de rádio na área da baía da Califórnia. Essa experiência — perguntar às pessoas o que elas ouviam no rádio e por quê, numa época em que as pesquisas por telefone eram bem recebidas pela maioria dos entrevistados — tornou-se um momento-chave em meu desenvolvimento profissional. Percebi que gostava muito de fazer pesquisas de audiência— especialmente fazendo perguntas abertas aos entrevistados sobre seus hábitos de escuta.

Para desenvolver ainda mais meu interesse em pesquisa de audiência, mudei-me para a costa do Pacífico para fazer mestrado em comunicação na Universidade de Oregon. Minha pesquisa para a tese assumiu a forma de um experimento de laboratório que mediu as respostas dos membros da audiência de televisão a um estímulo gravado em vídeo – um segmento de um programa de TV popular. Embutido no vídeo estava uma “contrapropaganda” de televisão. A contrapropaganda era um tipo de anúncio de serviço público que encorajava

as pessoas a *não* comprarem certos produtos – aqueles com efeitos sociais ou ambientais prejudiciais, por exemplo. As respostas do público ao vídeo, incluindo o contra-anúncio, foram medidas por cada espectador usando um dispositivo portátil para indicar continuamente o quanto eles “gostavam” ou “não gostavam” do que viam na tela. Criados por um professor da universidade, os aparelhos eram um protótipo de equipamento que mais tarde seria usado por empresas comerciais de pesquisa para avaliar a favorabilidade de anúncios pagos e reações a pilotos de programas de TV propostos. As descobertas e conclusões dessa pesquisa de contrapropaganda levaram à minha primeira publicação acadêmica (Lull, 1974).

Meu curso no Oregon também me apresentou ao estudo sociocientífico da comunicação interpessoal e de grupo. Comecei a pensar sobre como a experiência de assistir à televisão na década de 1970 normalmente ocorria em um contexto interpessoal natural — a casa da família. Contudo, apesar de sua extensa sobreposição no comportamento real, a literatura acadêmica sobre comunicação interpessoal e comunicação de massa ocupou domínios separados. É importante ressaltar que, na mesma época, a ideia de comunicação como um processo estava emergindo como uma nova perspectiva importante que implicitamente encorajou a mistura teórica de comunicação interpessoal e de massa (Schramm & Roberts, 1971).

Eu estava determinado a estudar como os processos de comunicação interpessoal e de massa interagem nos processos constituintes da vida cotidiana. Essa era a linha potencial de pesquisa que eu esperava criar quando entrei no programa de doutorado em Artes da Comunicação na Universidade de Wisconsin-Madison como professor de pós-graduação em 1973. Felizmente, os departamentos de Artes da Comunicação e Comunicação de Massa ocupavam o mesmo prédio no campus de Madison, permitindo acesso conveniente a estudiosos, cursos e instalações em ambas as áreas.

A obtenção de um doutorado pode ser uma experiência muito desafiadora e demorada, e não apenas em termos de cursos difíceis, professores que protegem o território, competição com outros alunos e dificuldades financeiras. No melhor sentido, a pós-graduação também pode se tornar um espaço em que ocorre um profundo crescimento intelectual. Esse crescimento nem sempre se alinha com as prioridades e exigências estabelecidas pela universidade. Como escrevi na introdução de uma coleção de meus ensaios sobre televisão em família, tive duas formações simultâneas na pós-graduação: uma que atendeu às demandas institucionais e outra que criei para mim mesmo – o que contribuiria mais diretamente para meu início de carreira como um etnógrafo da comunicação (Lull, 1990).

Em meados da década de 1970, o positivismo lógico e suas metodologias de pesquisa quantitativas concomitantes atingiram seu auge nas ciências sociais nos Estados Unidos, incluindo a disciplina científica retardatária, os estudos de comunicação. Aprender a usar estatísticas avançadas tornou-se o ritual central nos ritos de passagem para alunos de pós-graduação nas principais faculdades e universidades. Se você fosse inteligente com análise de caminho, análise de defasagem sequencial e análise discriminada múltipla, seria considerado um bom aluno. Além das metodologias históricas e literárias atribuídas à análise retórica, o braço científico da disciplina de comunicação foi impulsionado por abordagens quantitativas, apesar das profundas limitações em seu potencial explicativo e da típica classificação do comportamento humano complexo em categorias pré-determinadas.

Em parte devido à minha experiência como jornalista e profissional da mídia, fiquei cada vez mais frustrado com as limitações das tendências metodológicas impessoais que dominavam os estudos de comunicação nos Estados Unidos na época. Em vez disso, olhei para outras disciplinas nas quais linhas de pesquisa empírica qualitativa haviam sido estabelecidas — especialmente sociologia, psicologia e antropologia.

De grande importância foi o *Studies in ethnomethodology* (1967), do sociólogo da UCLA Harold Garfinkel, um grande avanço que se baseia filosoficamente na fenomenologia humanística de Edmund Husserl (Husserl, 1931) e na teoria da intersubjetividade social de Alfred Schutz (Schutz, 1967). A abordagem etnometodológica documenta e explica em detalhes microscópicos precisamente como os atores sociais (muitas vezes inconscientemente) realizam (“fazem”) atividades rotineiras de comunicação – “fazer” caminhando, “fazer” falando ou “fazer” assistindo televisão, por exemplo. Os “métodos” na etnometodologia referem-se às maneiras padronizadas pelas quais as pessoas fazem as coisas, *não* a uma metodologia de pesquisa.

Etnometodologias executadas por sujeitos de pesquisa no comportamento cotidiano podem ser identificadas e analisadas empregando metodologias de pesquisa qualitativa tipicamente alinhadas com o trabalho de campo realizado em sociologia e antropologia qualitativas, incluindo etnografia. Mas uma palavra de cautela: o termo “etnografia” costuma ser usado de maneira muito vaga nos estudos culturais e de comunicação. “Pesquisa empírica qualitativa” descreve mais apropriadamente estudos de pequena escala.

Inspirado pelo movimento etnometodológico na sociologia e na tradição etnográfica de longa data na antropologia, desenvolvi estudos na pós-graduação para investigar a interface dinâmica entre comunicação interpessoal e comunicação de massa. No início e meados da década de 1970, mesmo técnicas de

pesquisa qualitativa de audiência relativamente discretas, como grupos de foco, não existiam na indústria ou na academia nos Estados Unidos. Os serviços de classificação comercial produziram apenas dados sobre a popularidade das estações e programas de televisão. Algumas pesquisas nacionais geraram relatórios estatísticos de grande escala, focados principalmente em categorias demográficas relacionadas a padrões de visualização.

Eu queria saber não apenas *o que as* pessoas assistem, mas *como* as pessoas constroem a totalidade de suas experiências cotidianas com a televisão (seus etnométodos). Comecei minha busca propondo uma pergunta de pesquisa simples: “Como as pessoas escolhem os programas que assistem?”. Em meados da década de 1970, o lar americano típico tinha um aparelho de televisão, geralmente localizado na “sala de estar” ou “sala de família”. Especialmente à noite, ver televisão era quase uma experiência comum. Não havia computadores, internet, *smartphones* ou redes sociais para disputar o tempo de lazer dos familiares. A televisão a cabo ainda não havia impactado Madison, então apenas três grandes redes de TV (CBS, NBC e ABC) e um canal público de televisão estavam disponíveis. Mesmo em casas com vários aparelhos de TV, uma “decisão familiar” ou “votação familiar” foi identificada na pesquisa como o meio usual para selecionar programas durante o horário nobre da noite. Mas como ocorreram essas decisões ou votações?

Conduzi um experimento naturalístico previamente combinado com 20 famílias de classe média em suas casas em Madison, quando todos os membros da família podiam estar presentes. Sentados juntos à mesa da cozinha, dei a cada membro da família uma ficha com a programação e a descrição de seis séries de programas fictícios de televisão. Pedi a eles: “vá em frente, selecione os programas que sua família assistiria hoje à noite, se esses fossem os programas disponíveis”. Para documentar como eles fizeram suas escolhas, liguei um gravador de áudio de alta qualidade colocado no centro da mesa e saí da sala.

Usei um esquema de codificação de interação verbal do tipo Bales específico para a tarefa para analisar os comentários feitos pelos membros da família. As categorias de conversa foram destiladas das transcrições dessas conversas de acordo com a posição familiar – pais, mães, filhos mais velhos e filhos mais novos. Sua vontade comparativa de expressar preferências de programas, as matrizes dos acordos sobre escolhas de programas entre os membros da família e demonstrações verbais de poder e privilégio em suas conversas foram relatadas e discutidas em várias conferências acadêmicas e posteriormente em um artigo científico (Lull, 1978).

Mas as limitações que surgiram no experimento naturalista me convenceram de que seria necessária uma pesquisa observacional mais profunda e

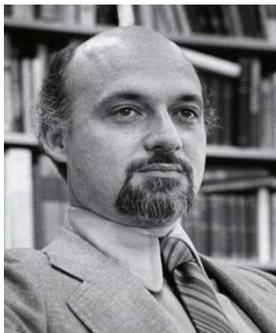
sistemática para obter uma imagem melhor da vida familiar com a televisão. Por exemplo, minha chegada às residências dos sujeitos para realizar o experimento às vezes interrompeu a exibição normal de televisão que já estava em andamento. Mais perturbador foi o comportamento espontâneo de muitos membros da família na conclusão do experimento de escolha do programa *in situ*. Em vários casos, a negociação de escolhas reais para assistir televisão começou antes mesmo de eu sair da casa. Em alguns casos, esse comportamento autêntico ocorreu enquanto eu informava outros membros da família sobre a natureza da pesquisa e suas implicações acadêmicas.

Fiquei encorajado ao testemunhar que, depois de entrar na casa de pessoas completamente desconhecidas para mim (além do convite por escrito para participar do estudo e da confirmação por telefone), o comportamento normal de assistir televisão muitas vezes era retomado comigo ainda presente na sala de estar, às vezes na mesma sala. As pessoas pareciam estar perfeitamente à vontade negociando escolhas e assistindo televisão de verdade na presença de uma pessoa que acabavam de conhecer. Resolvi dar um salto na minha pesquisa sobre famílias e televisão; eu conduziria uma etnografia imersiva do comportamento do público nas casas das pessoas (Lull, 1976).

Nenhum membro do corpo docente do Departamento de Artes da Comunicação em Wisconsin-Madison tinha qualquer experiência em fazer ou supervisionar pesquisas etnográficas. Na verdade, ninguém em todo o campo da comunicação tinha essa experiência na época. Mas Edwin Black – um importante estudioso americano de retórica, presidente do departamento e editor do *The Quarterly Journal of Speech* – concordou de bom grado em orientar minha tese de pesquisa.

Black havia escrito o volume inovador *Rhetorical criticism: A study in method*, uma década antes (Black, 1965). Nesse livro, o professor Black rompeu com o cânone dominante da crítica retórica neoaristotélica centrada na análise textual, na lógica e na persuasão para promover uma perspectiva muito mais ampla que chamou de “transação retórica”. Black acreditava que a leitura crítica de um texto – seja retórica falada, escrita, conteúdo de mídia ou detalhe etnográfico – deveria ser uma transação reflexiva que flui entre o autor e o sujeito. O contexto amplo (muitas vezes político e histórico) e os motivos dos participantes em qualquer evento de comunicação devem ser considerados muito mais do que permitem os métodos retóricos tradicionais. Além disso, a voz do crítico retórico não deve ser descartada ou disfarçada, mas cuidadosamente investida nesse trabalho como estilo – explícito, proeminente e artístico.

Figura 3



Edwin Black rompeu com as reverenciadas tradições da crítica retórica ao propor uma metodologia alternativa ao conjunto de tópicos padrão da disciplina e defender uma ampla gama de material relevante a ser analisado. Esse movimento foi especialmente oportuno porque a comunicação pública estava se tornando cada vez mais mediada pela tecnologia na década de 1970. O professor Black ministrou um curso inovador em Wisconsin sobre crítica de televisão, por exemplo. Ele acolheu a oportunidade de se tornar o primeiro estudioso americano em estudos de comunicação – um estudioso de retórica, não um cientista social – a dirigir uma tese etnográfica. Os componentes críticos da análise etnográfica seriam fundamentais e familiares a Edwin Black — texto (comportamento), contexto (cenário) e vozes dos autores. Devo agradecer a Edwin Black não apenas pela orientação e leitura cuidadosa que ele forneceu durante a pesquisa e redação de minha tese, mas também por encorajar uma feroz independência de espírito, algo que pode faltar tanto na academia. Ed Black continua sendo um dos meus melhores críticos imaginários até hoje, uma presença constante olhando por cima do meu ombro para ver o que estou escrevendo enquanto escrevo qualquer artigo ou ensaio – inclusive este!

O artigo fundamental em meu programa de pesquisa empírica que se seguiu é *The Social Uses of Television*, originalmente publicado na revista da ICA *Human Communication Research* (Lull, 1980). Os dados etnográficos que foram interpretados e organizados na tipologia de usos sociais são extraídos de minha pesquisa de dissertação e estudos de acompanhamento em casa que conduzi com meus alunos avançados na Universidade da Califórnia em Santa Bárbara. Estava ficando claro que as pessoas empregam estrategicamente três dimensões de sua experiência de assistir televisão como um recurso social estrutural e relacional: a forma física do meio, seus elementos de programa e contextos para

assistir – não apenas os momentos em que assistem televisão e não apenas em casa. Recentemente, comparei os usos sociais da televisão e da internet segundo os mesmos três fatores – forma, conteúdo e contexto (Lull, 2021).

A década de 1980 provou ser um período empolgante para a pesquisa qualitativa de audiência de mídia, considerada de forma ampla. Projetos de pesquisa seminais e ensaios teóricos sob a égide de “estudos culturais” e “estudos de recepção” estavam sendo publicados e notados. O trabalho de Dave Morley, Ien Ang, John Fiske e Janice Radway são exemplos proeminentes. Tom Lindlof reuniu uma coleção de estudos e ensaios em um volume intitulado *Natural Audiences* (Lindlof, 1987). No final da década, Nick Jankowski e Klaus Bruhn Jensen (1991) publicaram um volume útil focado na metodologia qualitativa para pesquisa em comunicação de massa.

Dois outros desenvolvimentos na década de 1980 foram cruciais para as direções que tomei como estudioso da comunicação. Em 1982, ministrei cursos de mídia em um programa de “estudo no exterior” chamado *Semester at sea*, afiliado à Universidade de Pittsburgh. Mais de 500 estudantes universitários, membros do corpo docente e tripulantes partiram de Seattle, Washington, em um navio de cruzeiro com destino a Kobe, no Japão. Essa foi a primeira etapa de uma jornada de quatro meses que circundou o globo. Hong Kong foi um dos portos de escala. De lá, liderei um contingente de estudantes para a República Popular da China, parando primeiro em Guangzhou e depois seguindo de avião para Pequim.

Deng Xiaoping ascendera ao topo do governo comunista quatro anos antes. Fiquei maravilhado com aquela experiência cultural e decidi voltar à China. Colocar aparelhos de televisão em todas as residências urbanas foi uma característica fundamental do plano de modernização de Deng. Para pesquisar essa transformação, fiz três viagens subsequentes de coleta de dados à China — 1984, 1986 e, a convite da Universidade Popular de Pequim, alguns meses após o levante de estudantes e trabalhadores, em outubro de 1989. O produto dessa pesquisa é uma etnografia do papel da televisão na sociedade urbana chinesa baseada em entrevistas aprofundadas com membros da audiência em quatro grandes cidades (Pequim, Xangai, Xian e Guangzhou), entrevistas com produtores e programadores de TV e análise textual dos principais programas de televisão (Lull, 1991). Uma tradução resumida do livro para o português foi publicada pela Rio Fundo Editora no Brasil (Lull, 1992a).

O produto inicial de minha pesquisa sobre a China foi um artigo que apareceu em uma coleção de estudos qualitativos de audiência, ricos em dados, intitulado *World families watch television* (Lull, 1988b). Pesquisadores de seis países descrevem como famílias na Inglaterra, Alemanha, Venezuela, Índia, Estados Unidos e China interagem com a televisão e entre si.

Leoncio Barrios foi um dos colaboradores desse volume editado. Professor da Escola de Comunicação da Universidade Central da Venezuela, em Caracas, o professor Barrios me pediu para ler sua tese de doutorado na Universidade de Columbia, baseada em parte no meu artigo *Social uses of television*. Enquanto *World families watch television* estava no prelo, Barrios me convidou para dar um curso de curta duração em pesquisa social qualitativa para professores e alunos de pós-graduação em sua universidade na Venezuela. Depois de assistir ao meu seminário, dois professores me pediram para apresentar um trabalho no Congresso Interamericano da American Psychological Association, realizado em Buenos Aires em 1989. Mais uma vez, uma coisa levou à outra – desta vez foi uma viagem ao vizinho Brasil logo após a conferência na Argentina. O professor William Gomes, do Instituto de Psicologia da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, em Porto Alegre, pediu-me para falar com seus colegas.

A viagem à América do Sul foi crucial para moldar a metade da minha carreira. Eu tinha acabado de terminar meu trabalho de quase uma década dentro e fora da China, mas durante anos também senti um fascínio pela América Latina. A viagem à Argentina e ao Brasil me deu um incentivo extra para continuar colaborando com os colegas de lá. Até então, minha experiência na América Latina se limitava a uma viagem que fiz com um amigo de Acapulco, no México, para San Jose, na Costa Rica, de ônibus após a conferência da International Communication Association em 1980. Foi emocionante, para dizer o mínimo, ser um americano navegando por El Salvador e Nicarágua nos primeiros dias da Revolução Sandinista. Nem meu parceiro de viagem nem eu falávamos espanhol. Depois de voltar para a Califórnia, estava determinado a aprender a falar espanhol suficientemente bem para viajar e trabalhar na América Latina e na Espanha. Matriculei-me em espanhol 1A no Cabrillo College, perto de Santa Cruz, Califórnia, enquanto retomei meu ensino na San Jose State University. Continuei trabalhando em espanhol conforme o tempo permitia.

A trajetória do meu trabalho, iniciada mais ou menos na mesma época, foi muito influenciada por duas figuras-chave. Em visita ao Rio de Janeiro após fazer a apresentação em Porto Alegre em 1989, conheci o presidente do departamento de Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, professor Eduardo Neiva. Desde o início, Eduardo Neiva e eu compartilhamos grandes interesses por questões de cultura e comunicação, especialmente no que diz respeito às suas raízes evolutivas. Sua universidade me convidou para uma residência como bolsista Fulbright em 1992.

Um ano depois, também tive a grande sorte de conhecer o estudioso de comunicação mexicano Guillermo Orozco Gomez na convenção da ICA em Dublin, Irlanda. Essa conexão me levou à minha primeira oportunidade de

fazer uma apresentação (muito nervosa) em espanhol para um grupo de alunos de pós-graduação de Guillermo na Cidade do México. Daquele momento até agora, minha trajetória acadêmica foi muito influenciada por minhas experiências de trabalho em toda a América Latina e pelos muitos colegas que tive o privilégio de conhecer.

Até agora, enfatizei quantas pessoas e lugares importantes influenciaram minha carreira acadêmica. As “relações sujeito-objeto” refletidas em meu trabalho, decorrentes de minha “abordagem epistêmica” particular, não podem ser separadas dessas pessoas e lugares. Mas deixe-me voltar agora para alguns dos principais autores e teorias que foram integrados ao corpo de minha pesquisa e escrita.

Intitulei este artigo *Da etnografia à evolução*. Anteriormente, descrevi como as viagens, a literatura acadêmica e as experiências que tive no trabalho empírico se basearam e contribuíram para a perspectiva etnográfica que estava desenvolvendo sobre a comunicação humana. Os estudos qualitativos que conduzi e as palestras e seminários que ministrei foram todos explicitamente influenciados pelos cenários e movimentos políticos, sociais e culturais de onde e quando o trabalho foi feito. Por exemplo, o livro sobre a China tratava dos efeitos da televisão em um contexto político-cultural único. Mas todos os meus projetos de pesquisa e escritos centrados em mídia, comunicação e cultura descrevem processos de comunicação que ocorrem em uma ampla variedade de contextos culturais específicos.

Minha experiência jornalística me imbuiu de grande respeito por relatar e interpretar fatos verificáveis. Isso me colocou em desacordo em graus variados com muitas pesquisas de estudos culturais sendo conduzidas ao mesmo tempo em que meu próprio trabalho qualitativo estava sendo publicado. Nunca me identifiquei como um “pesquisador de estudos culturais”, mas, por motivos muito diversos, também não fui um típico “cientista social” americano.

À medida que minha carreira progredia, eu me sentia mais confortável intelectual e culturalmente com meus colegas na América Latina do que com muitos nortistas – mas nunca encontrei um lugar de descanso plenamente aprazível. A discórdia epistemológica ocupou os dois hemisférios por volta da virada do século passado: grande parte da pesquisa científica social americana era empiricamente estreita e não suficientemente informada pela teoria, certamente não pela teoria crítica. A ênfase clara do lado americano estava na metodologia quantitativa e em programas de pesquisa convencionais grandes e bem financiados. No mundo latino, a ênfase concentrou-se na teoria, principalmente em suas variantes marxistas. Para o meu gosto, a pesquisa empírica em comunicações que estava sendo conduzida na América Latina era insuficiente e a teoria marxista era muito determinista e pessimista. Meu próprio trabalho etnográfico revelou que o público, e os atores sociais cotidianos em geral, são muito mais criativos

e engenhosos do que normalmente se reconhece. Além disso, a maior parte da teoria crítica – na América Latina dominante e na crítica político-econômica emanada principalmente da Europa e dos Estados Unidos – foi impulsionada mais por motivos políticos do que por dados empíricos.

Essas são algumas das razões pelas quais fui motivado a ministrar cursos de curta duração e workshops sobre métodos de pesquisa empírica qualitativa e desenvolvimento teórico em muitas universidades da América Latina. Foi aí que se desenvolveu minha ligação com a USP. A convite da Professora Maria Immacolata Vassallo de Lopes, ministrei um minicurso intitulado *Cultural studies, ethnography, and media reception* em agosto de 2000 para professores e alunos da Escola de Ciências e Artes da Comunicação.

Mas oito anos antes disso, enquanto residia no Rio de Janeiro como bolsista Fulbright, fiz duas apresentações na Intercom em São Paulo. Um desses artigos, *Estructuración de las audiencias masivas*, representou uma posição teórica que defendi que aplica os princípios da teoria da estruturação de Anthony Giddens (1984) ao estudo das audiências de mídia (Lull, 1992b). Essencialmente, a teoria da estruturação integra as condições macrossociais (refletindo as restrições da estrutura) com os processos microssociais cotidianos (onde a agência toma forma). A teoria da estruturação provou ser particularmente útil porque explica como estrutura e agência não devem ser pensadas como forças totalmente opostas. Uma ênfase excessiva na estrutura exagera a restrição, fazendo parecer que as instituições e regras sociais estabelecidas de alguma forma determinam as realidades das pessoas de maneira hermética. Mas uma atenção excessiva à agência concede poder injustificado aos indivíduos e subestima como as forças dominantes influenciam os indivíduos e as sociedades, muitas vezes contra seus interesses.

Essa relação indeterminada e dinâmica está de acordo com as interpretações que fiz no trabalho etnográfico que venho realizando há muitos anos, especialmente minha pesquisa na China e o programa de pesquisa de usos sociais em geral: (1) As estruturas da mídia não são monolíticas; eles moldam a visão de mundo do público, mas, como instituições sociais, são compostas de seres humanos com motivações e comportamentos diversos e (2) o público da mídia não é ingênuo, mas também não age de forma desenfreada. A estruturação encontra um “ponto ideal” teórico que fornece o peso correto da agência e da estrutura na explicação do comportamento social.

Durante o auge do meu trabalho na América Latina, o trabalho de três autores em particular ofereceu alternativas atraentes à pesquisa e teoria padrão em comunicação. Suas posições eram amplamente compatíveis com a teoria da estruturação e se tornaram extremamente importantes em meu próprio pensamento e escrita sobre comunicação e cultura. Em nenhuma ordem particular, esses autores e

suas obras seminais provavelmente são muito familiares ao leitor: Néstor García Canclini (1989, 1995), Jesús Martín-Barbero (1987) e Jorge A. González (1994).

A VIRADA EVOLUTIVA

Quando bem feitas, as etnografias e outros projetos de pesquisa empírica qualitativa podem dar aos pesquisadores de comunicação visões de perto de como estrutura e agência interagem na vida cotidiana dos membros da audiência da mídia ou de qualquer outra população de interesse. Em minha pesquisa sobre audiências de mídia ao longo dos anos, o conceito recorrente é “recurso”. O artigo *The Social Uses of Television* enfoca como as pessoas (consciente e inconscientemente) empregam a forma, o conteúdo e o contexto do meio eletrônico como recursos. Mas os atores sociais exercem sua agência dentro de pelo menos três tipos de estrutura. Uma *estrutura social* refere-se às relações entre aqueles que co-ocupam o espaço vital. Os atores sociais também estão sujeitos à *estrutura física*, representada pelos espaços de convivência e pelas formas específicas que a tecnologia doméstica assume. Os usuários da mídia estão adicionalmente dispostos às *estruturas ideológicas* que regem as instituições midiáticas e ocupam o conteúdo programático.

Os pesquisadores que empregam metodologias etnográficas e outras metodologias científicas sociais descrevem e analisam suas descobertas sobre o público da mídia e outras configurações sociais de maneiras que podem ser interpretadas teoricamente de várias maneiras. Algumas combinações de estrutura social e normas culturais, muitas vezes operacionalizadas como variáveis independentes ou intervenientes, são identificadas como os agentes causais do comportamento humano. Mas essa suposição não reconhece que a própria sociedade e cultura foram moldadas ao longo do curso de nossa história biológica. A sociedade e a cultura são causas *próximas* do comportamento humano, não causas *últimas*.

O envolvimento humano com a tecnologia de comunicação – especialmente os usos sociais aos quais as tecnologias são destinadas – é impulsionado por motivações mais profundas do que aquelas normalmente descritas em artigos de pesquisa. Na minha opinião, o comportamento humano pode ser melhor explicado como adaptações fundamentadas nos princípios da teoria evolutiva. A princípio, fui muito inspirado a dar essa guinada em minha escrita ao ler cuidadosamente as obras mais importantes de Charles Darwin – *The origin of species*, *The descent of man* e *The expression of emotion in man and animals*.

Eu e Eduardo Neiva – o estudioso da comunicação brasileiro-americano que conheci no Rio há mais de 30 anos – temos trabalhado formal e informalmente, tanto de maneira independente quanto em parceria, nessa linha há muitos anos.

Publicamos um artigo sobre o tema em **MATRIZes** (Lull & Neiva, 2008) e um livro no qual oferecemos uma explicação de como a comunicação impulsiona a evolução humana (Lull & Neiva, 2012). Na tentativa de dar maior visibilidade a essa perspectiva, escrevi recentemente um livro didático (Lull, 2020) e um artigo científico (Lull, 2022) que apresenta a “comunicação evolutiva” a um público mais amplo.

Figura 4



A abordagem evolutiva para analisar a comunicação humana emerge de uma plataforma de princípios que foram estabelecidos ao longo de muitas décadas de pesquisa sobre a evolução orgânica. A teoria padrão da evolução – às vezes chamada de teoria neodarwiniana ou síntese moderna – é derivada dos *insights* originais de Charles Darwin sobre a seleção natural e sexual junto com os princípios básicos da genética. A teoria evolutiva epigenética – muitas vezes chamada de síntese estendida – concentra-se em como a biologia interna e o ambiente externo interagem para influenciar a expressão genética e comportamental. O terceiro estágio explicativo passa pelos genes, pela biologia de forma mais ampla e pelo ambiente físico para se concentrar nos processos de interação humana e na criação de significado – comunicação evolutiva. ■

REFERÊNCIAS

- Black, E. (1965). *Rhetorical criticism: A study in method*. University of Wisconsin Press.
- García Canclini, N. (1989). *Culturas híbridas: Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. Grijalbo.
- García Canclini, N. (1995). *Consumidores y ciudadanos: Conflictos multiculturales de la globalización*. Grijalbo.
- Garfinkel, H. (1967). *Studies in ethnomethodology*. Prentice-Hall.

- Giddens, A. (1984). *The constitution of society*. Polity Press.
- González, J. A. (1994). *Mas (+) cultura(s): Ensayos sobre realidades plurales*. Pensar la Cultura.
- Husserl, E. (1931). *Ideas: General introduction to pure phenomenology*. Macmillan.
- Jankowski, N., & Jensen, K. B. (Eds.). (1991). *A handbook of qualitative methodologies for mass communication research*. Routledge.
- Lindlof, T. (Ed.). (1987). *Natural audiences: Qualitative research of media uses and effects*. Ablex.
- Lull, J. (1974). Counter advertising: Persuasiveness of the anti-Bayer television spot. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 18, 353-360.
- Lull, J. (1976). Mass media and family communication: An ethnography of audience behavior [Unpublished doctoral dissertation]. University of Wisconsin-Madison.
- Lull, J. (1978). Choosing television programs by family vote. *Communication Quarterly*, 26(4), 53-57. <https://doi.org/10.1080/01463377809369314>
- Lull, J. (1980). The social uses of television. *Human Communication Research*, 6(3), 197-209. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2958.1980.tb00140.x>
- Lull, J. (Ed.). (1988). *World families watch television*. Sage.
- Lull, J. (1990). *Inside family viewing*. Routledge.
- Lull, J. (1991). *China turned on: Television, reform, and resistance*. Routledge.
- Lull, J. (1992a). *A China ligada: Televisão, reforma, y resistência*. Rio Fundo.
- Lull, J. (1992b). La estructuración de las audiencias masivas. *Día Logos*, (32), 50-57.
- Lull, J., & Neiva, E. (2008). Comunicar a mudança: A promessa da evolução humana. *MATRIZES*, 2(1), 49-74. <https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v2i1p49-76>
- Lull, J., & Neiva, E. (2012). *The language of life: How communication drives human evolution*. Prometheus Books.
- Lull, J. (2020). *Evolutionary communication: An introduction*. Routledge.
- Lull, J. (2021). Living with television and the internet. *New Media and Society*, 23(7), 1850-1862. <https://doi.org/10.1177/14614448211019322>
- Lull, J. (2022). Approaching evolutionary communication. *Communication Theory*, 32(4), 429-438. <https://doi.org/10.1093/ct/qtac017>
- Martín-Barbero, J. (1987). *De los medios a las mediaciones*. Grijalbo.
- Schramm, W., & Roberts, D. (Eds.). (1971). *The process and effects of mass communication*. University of Illinois Press.
- Schutz, A. (1967). *A phenomenology of the social world*. Northwestern University Press.

Artigo recebido em 18 de Outubro de 2022 e aprovado em 16 de Novembro de 2022.

Comunicação como trabalho da diversidade (perspectiva e metodologia)

Communication as work of diversity (perspective and methodology)

JOSÉ LUIZ BRAGA^a

Universidade Federal de Goiás. Programa de Pós-Graduação em Comunicação. Goiânia, GO, Brasil

RESUMO

Partindo da variação processual da comunicação constatada no mundo da vida e valorizando a decorrente diversificação de pesquisas e teorias, este artigo propõe uma perspectiva de conhecimento em uma linha de epistemologia evolutiva, com uma abrangência que supera a dispersão sem prejuízo da variedade de problemas, de objetos de observação e de objetivos de investigação. A perspectiva assume a capacidade de diversificação da espécie humana como um desafio comunicacional e propõe uma linha de conexão entre esse desafio abrangente e a pluralidade de urgências interacionais que ocorrem no ambiente social. Ademais, o artigo desenvolve a metodologia de pesquisa pertinente e prevê a realização de pesquisas empíricas para testar a perspectiva.

Palavras-chave: Epistemologia evolutiva, desafio comunicacional, dimensões de variação, processadores da comunicação

ABSTRACT

Starting from the procedural variation of communication observed in the world of life and valuing the resulting diversification of research and theories, the article proposes a perspective of knowledge, in an evolutionary epistemology approach, with a scope that overcomes dispersion without restriction of the variety of problems, objects of observation and research objectives. The perspective assumes the diversification capacity of the human species as a communicational challenge and proposes a line of connection between that and the plurality of interactional urgencies occurring in the social environment. The text develops the applicable research methodology and proposes to carry out empirical research to test the perspective.

Keywords: Evolutionary epistemology, communication challenge, variation dimensions, communication processors

^a Professor Visitante no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Goiás (UFG). Doutor em Comunicação pelo Institut Français de Presse. Pós-Doutorado em Comunicação pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). Professor Emérito da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos). Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-3742-1119>. E-mail: bragawarren@gmail.com

D

Comunicação como trabalho da diversidade (perspectiva e metodologia)

NA MEDIDA EM que as diversas Ciências Humanas e Sociais (CHS), desde os anos 1990, deixaram de propor teorias gerais sobre comunicação – que devem ser vistas, mais precisamente, como teorias precursoras –, nosso campo de estudos vem elaborando em seu próprio espaço um acervo ampliado de pesquisas e reflexões teóricas, em uma variedade de ângulos, sobre múltiplos objetos de interesse. A simples observação dos anais da Compós e da Intercom, assim como das entidades especializadas da área, evidencia essa produção diversificada.

As questões comunicacionais se expressam, também, em todas as atividades e ambientes da sociedade e se relacionam aos modos pelos quais a comunicação acontece, à presença tecnológica dos meios de comunicação, aos processos de recepção, aos circuitos interacionais, às profissões especializadas, aos problemas ocorrentes em todos os campos sociais e, ainda, às ações mais corriqueiras do gesto humano: o diálogo, o boato, a comensalidade, as linguagens gestuais, a conversa de mesa de bar.

A diversidade de processos observados na sociedade, de pesquisas e teorias que elaboram conhecimentos sobre comunicação – relevante e necessária como é – tem levado a um problema duplo: a dispersão, que limita a busca de consistência do campo de conhecimento; a falta de consistência do campo, que dificulta o aprofundamento dos conhecimentos¹.

A dispersão, que no século XX era justificada como decorrente de uma geração teórica interdisciplinar, se assume agora como um espalhamento interno da própria área, em uma multiplicidade de “especialidades da atenção” sobre a variedade de questões e de observáveis que pedem especificações teóricas e metodológicas correspondentes, assim como o recurso a teorias sem distinção de origem ou especificação de enfoque.

O problema duplo apontado é um obstáculo para o reconhecimento da comunicação como uma disciplina de conhecimento entre as CHS. No enfrentamento dessa limitação, a área vem elaborando esquadrinhamentos metateóricos para sistematizar o acervo teórico disponível; descrições cartográficas para identificar alguma composição entre os conhecimentos produzidos pelas diferentes disciplinas e suas perspectivas ou, ao menos, para “territorializar” a diversidade; e conceitos ontológicos para capturar os aspectos substanciais do fenômeno.

Todos esses processos são relevantes – salvo quando, ao tentarem reduzir a dispersão, levam a restrições da diversidade. A grande variedade de pesquisas e reflexões é exigida pela própria diversidade de questões e de observáveis. Os processos que a sociedade humana constantemente experimenta, inventa, reajusta, refaz e transforma tornam a comunicação um fenômeno proliferante ao ponto de que cada momento é diverso dos anteriores. Devemos reconhecer

¹Sobre a insuficiente consistência do campo da comunicação como ciência básica, ver os trabalhos de Luiz Signates (2018, 2021).

que a diversidade de processos comunicacionais na realidade social *é um aspecto constitutivo de nosso objeto de conhecimento*.

Nessas condições, coloca-se a seguinte questão epistemológica, que constitui o eixo da pesquisa aqui encaminhada: como produzir um conhecimento comunicacional consistente mantendo a necessária variedade das pesquisas sobre a diversidade processual do mundo da vida e reduzindo a dispersão entre descobertas setoriais? Este artigo expõe uma proposta nessa direção.

Não buscaremos *definir* “o fenômeno comunicacional” como se ele fosse marcado por uma natureza específica. Não se trata de conceituar o que é comunicação, mas sim de propor uma hipótese de *perspectiva de investigação como instrumento epistemológico abrangente, capaz de rastrear processos comunicacionais onde ocorram e na forma que apresentem*.

Uma perspectiva comunicacional, como olhar scrutador para busca de conhecimentos, deve acolher a diversidade de questões comunicacionais da própria sociedade, servindo heurísticamente para fazer perguntas e estimular descobertas, e não para explicar os processos comunicacionais em modo unificador, mas para compreender a própria variedade de lógicas desenvolvidas e de dinâmicas acionadas que se interpoem na especificidade das diferentes urgências sociais.

Tendo assumido a potencial infinidade de gestos comunicacionais, de estratégias, de objetivos e de lógicas tentativamente acionadas pela sociedade, evidencia-se a ineficácia de buscar essa perspectiva no próprio conjunto de processos comunicacionais. Para responder ao critério duplo de valoração da diversidade e da busca de consistência, proponho deslocar a atenção – dos gestos e processos comunicacionais – *para os problemas do ambiente social em função dos quais os processos são acionados ou desenvolvidos*.

É no âmbito dos problemas – e não dos processos – que devemos constituir uma perspectiva². Esta, em construção, não será derivada diretamente do objeto “ocorrências comunicacionais na sociedade”, *mas sim do que possa ser percebido como o problema a que os processos buscam responder*. Trata-se de oferecer um ângulo comunicacional para observar as ocorrências sociais e, aí sim, apreender as lógicas locais dos processos que se voltam para o enfrentamento das urgências específicas que possam ser referidas ao desafio abrangente.

Enfatizo que propor uma perspectiva abrangente com enfoque propriamente comunicacional não corresponde a elaborar uma teoria geral da comunicação³. A proposta de uma perspectiva é um gesto antes epistemológico que teórico. Deve ser uma visada heurística em busca de conhecimentos e de estratégias de consistência, e não uma explicação ou conceituação do fenômeno e seus processos. Tal perspectiva, mesmo abrangente, pode conviver com outras perspectivas, tanto setorializadas como abrangentes. Assinalando que cada CHS inclui em

² Dei um primeiro passo na prefiguração dessa questão epistemológica no artigo “Do que não conhecemos os problemas não saberemos as respostas” (Braga, 2021) – estimulado por questões postas por Luiz Signates (2018).

³ O que constitui cada uma das ciências humanas e sociais é seu ângulo específico de observação da sociedade. *A perspectiva é o que determina os objetos que se tornam relevantes e a maneira como devem ser observados, e não uma definição de objeto-e-método. Nada impede que uma disciplina comporte diferentes perspectivas.*

D

Comunicação como trabalho da diversidade (perspectiva e metodologia)

seu corpo teórico-epistemológico perspectivas distintas, argumentamos que uma busca de abrangência sobre variações de um objeto de conhecimento não pode implicar uma pretensão de totalidade de apreensão.

DIFERENÇA E DIVERSIDADE

Tendo passado da diversidade de teorias e pesquisas para a diversidade dos próprios processos comunicacionais na sociedade, e dos processos para as questões a que estes respondem, ainda precisamos de alguns movimentos preliminares para desenvolver a perspectiva a ser encaminhada – entre estes, uma reflexão sobre as diferenças humanas.

Um dos aspectos que têm chamado a atenção de pesquisadores, gerando teorizações sobre a comunicação, é a questão da alteridade e do relacionamento com o diferente no ambiente social. Quando Honneth (2003) evoca a questão do reconhecimento e quando Lévinas (2007) aborda as barreiras da alteridade, a diferença é mostrada como um problema e, implicitamente, a comunicação como um trabalho sobre essa diferença. As especificidades sociais do enfrentamento da diversidade fazem concentrar o olhar nas dinâmicas inerentes à diferença problematizada e nas lógicas pontuais da construção de objetivos e da busca de estratégias curadoras. Não nos distanciaremos muito desse núcleo, que oferece pistas significativas. É preciso, entretanto, evitar um tratamento da diferença exclusivamente como problema e da comunicação como cura.

Certamente, objetivos sociais justificam tais abordagens especificadas, mas não devem ocupar todo o espectro epistemológico. A concentração da atenção nas diferenças – quando estas se mostram já socialmente constituídas, constatadas ou assumidas – apanha a questão comunicacional em um estágio estabelecido, fazendo perder de vista processos anteriores e mais abrangentes. Devemos, então, observar por um ângulo mais amplo e abstrato, obtendo uma perspectiva que consiga tanto perceber diferenças a serem resolvidas quanto obter entendimento dos processos geradores e acuidade sobre as estratégias e ações de transformação.

Para isso, em vez de concentrar a atenção nos processos comunicacionais apenas como trabalho de superação de diferenças, vamos dar atenção a um terceiro nível de diversidade – ao lado dos níveis teórico e processual social –, refletindo sobre a própria diversidade humana não como problema em si, mas como uma característica marcante da espécie.

Lucrécia Ferrara (2021) critica com pertinência uma “comunicação voltada para a apreensão de regularidades que se reproduzem” e pergunta se não seria necessário “considerar a possibilidade de elaborar, no território da comunicação,

uma epistemologia das diferenças” (Ferrara, 2021, p. 7). Este estudo dá atenção a esse repto. A diversidade humana não é feita de diferenças estabelecidas, regularizadas como se fossem imutáveis. Temos competências para diversificação⁴ – de gestos, de opiniões, processos, de percepção, de estratégias, de invenção, de experiência e, por todos esses elementos, de geração cultural. Essa diversificação é estrutural e nos oferece competências de experimentação, de inferência e de geração estratégica. Primeiro como potencialidade de ajuste perante ambientes cambiantes e, em seguida, pela própria composição de ambientes culturais em que a diversidade, de algum modo, seja direcionada para ações em comum.

O que é comunicacionalmente relevante não é a diferença em si, é o trabalho da diversidade, pelos modos relacionais que elabora. O trabalho de diversidade vai além de processos praxiológicos sobre problemas já percebidos. Implica, em larga proporção, processos proativos em busca de equilíbrios e de avanço civilizacional.

Os animais ditos “sociais”, de comportamento coletivo, como as abelhas e as formigas, dispõem de um aparato instintivo que acomoda adequadamente atribuições distintas no coletivo, segundo padrões eficazes para sua perpetuação. Na espécie humana, *a necessidade de gerar socialmente os padrões articuladores entre diferenças* se torna fundamental. Temos alguns instrumentos básicos para desenvolver práticas nesta direção – por experimentação conjunta –, o que permite variações motivadas e composições tentativas.

Os animais também demonstram competências variáveis de ação, quando se relacionam, sobretudo por processos instintivos, a nichos específicos de *affordances* naturais (Gibson, 1977). Mas uma peculiaridade humana é a presença intensiva de uma forma de diversidade que é produzida no próprio desenvolvimento da vida do espécime.

O que a natureza faz, em nossa constituição biológica, é abrir espaço para que uma parte ampliada de nossas capacidades de ação não seja dependente estritamente de características genéticas e atribuir essa parte relevante a relações diretas com o próprio ambiente social de inscrição, em que devemos aprender ou inventar os processos pertinentes para caminhar em um mundo que continuamente se modifica.

Isso implica um trabalho da diversidade – correspondente aos processos da comunicação – que não se limita às práticas de articulação entre diferentes. Envolve, também, a produção de transformações nos indivíduos, bem como entre grupos e, para um mesmo indivíduo, entre momentos de sua existência. A composição não é necessariamente uma eliminação de diferenças, mas antes um ajuste mutável entre estas. As duas dinâmicas não se contrapõem; realimentam-se mutuamente ao gerar diversificação e relacionar diferenças.

⁴ Ciro Marcondes Filho (2011, p. 176) assinala isso quando considera a comunicação como aquilo que “pode provocar em mim transformações, alterar meu quadro, permitir que eu me transforme”.

D

Comunicação como trabalho da diversidade (perspectiva e metodologia)

⁵ Lembrando que, contrariamente a uma noção muito difundida, a aprendizagem não é uma simples aquisição de conhecimentos estabelecidos e de práticas estabilizadas. Mesmo na primeira infância, aprender corresponde à capacidade criativa de reorganizar ideias a cada informação recebida – dos outros ou do mundo –, inferindo seu sentido em relação às coisas e ao outro.

⁶ A esse respeito, ver a crítica de Paul Thagard (1980). Sobre os diversos modos de considerar a relação entre variação e seletividade, ver Paulo Abrantes (2004). Sobre uma heurística derivada da seleção natural, em visada de epistemologia evolutiva, pertinente para o conhecimento comunicacional, ver Braga (no prelo).

⁷ A adaptabilidade, aqui, não se refere apenas à aptidão biológica e passiva do organismo para um ambiente dado. Já não se trata exclusivamente do ambiente natural, mas também do ambiente social – que implica uma ação mútua e ativa entre os participantes e o ambiente, com modificações eventuais de todos.

⁸ Sublinho que a “vantagem adaptativa” abordada aqui não diz respeito a uma competição interna entre espécimes em busca de domínio dos “mais capazes”, como pretendeu um “darwinismo social”, que deve ser repudiado. A possível vantagem assinalada é a própria diversidade. Observo, ainda, que Darwin não era um “darwinista social” (Costa Júnior, 2018).

Assim, os participantes sociais não são simplesmente diversos *per se*. Mais importante que isso, se diversificam por aprendizagem⁵, por circunstâncias de vida e pelas experimentações que desenvolvem na presença de urgências diversas a serem enfrentadas. Precisamos de um tempo maior que o dos outros animais na “formação para o mundo”, mas isso favorece uma rápida adaptação às mudanças de circunstâncias sem que essa sintonia dependa de uma diversificação biológica geracional de longuíssimo prazo.

As variações do ser humano não se apresentam apenas como na perspectiva darwiniana – mutações aleatórias selecionadas na sequência de gerações por adaptação orgânica ao ambiente⁶. De modo mais relevante, se apresentam como diversificação de procedimentos possíveis em um mesmo recorte temporal. As seleções realizadas no ambiente social deixam de ocorrer, portanto, apenas entre variações do próprio organismo e passam a ocorrer como seleções *entre estratégias variáveis de decisões sociais*.

A comunicação não é simplesmente um recurso de ajuste entre participantes diferentes cuja diversidade possa dificultar ações em comum; a comunicação é também, e sobretudo, um fator de transformação e flexibilidade perante urgências diversificadas.

As condições ambientais diferenciadas não são apenas as da natureza, mas também, em importante grau, do próprio ambiente social, que se diversifica nas atividades individuais dos participantes, nas práticas estabelecidas e em ambientes culturais muito variados. A sociedade, em conjunto, pode se beneficiar da diferenciação, seja por trabalhos integrados, por estratégias tentativas ou pelo apoio mútuo entre diferentes competências. Temos, assim, a possibilidade de articulações em ecologias sociais e naturais distintas, o que nos torna menos dependentes de um ambiente específico e mais viáveis em múltiplas circunstâncias.

A adaptabilidade, em tais condições, já não se restringe a uma sintonia passiva com o meio ambiente. Deve ser percebida como potencialidade adaptativa-adaptadora⁷, com dinâmica ampliada em relação a outras espécies animais e representando maior flexibilidade criativa (Ferrand, 2008).

Dizer que somos diferentes por *variação interacional* corresponde a reconhecer uma transformação mútua entre o indivíduo e suas culturas de inserção. É o que podemos caracterizar como um processo de *diversificação constantemente em curso*.

O risco de desentendimento e desajuste entre os participantes sociais está sempre presente, assim como o de violência e opressão. A vantagem adaptativa⁸ só se realiza na medida em que é composta não de diferenças rigidamente concatenadas, mas sim de uma adaptabilidade conjunta a circunstâncias mutáveis, o que pede uma *diferenciação experimental, em curso*, durante a

vida dos espécimes. A contrapartida da vantagem adaptativa da diversidade é a necessidade de padrões procedimentais e de práticas generalizadas – o ajuste entre gestos e entre ideias não se faz sem esforço. Depende, também, de que as diversidades, de algum modo, possam se reformular, se interpelar e se ajustar em complementaridade, entrando em conexão para uma *geração conjunta de processos diversificados*.

Precisamos, portanto, de padrões, sistemas e culturas para gerar alguma estabilidade e continuidade, sabendo, porém, que toda continuidade, se vier a perder contato com requerimentos da situação, se torna geradora de riscos. Por isso mesmo, a continuidade não pode ser mantida como um automatismo. Sem reajustes significativos diante das necessidades de uma situação mutável, passa a ser fonte de tensões, de que resultam novos problemas. Temos que diversificar como indivíduos, como coletivos e como organizações sociais. Assim, o problema comunicacional não é simplesmente a necessidade de gerar ações em comum, como se a diversificação fosse uma dificuldade e os padrões e sistemas fossem a solução. Responder ao desafio comunicacional é desenvolver composições viáveis entre transformações (por diversificação) e continuidade (como cultura).

A comunicação é a dinâmica geradora e processual do trabalho da diversidade, desenvolvendo padrões e, ao mesmo tempo, permitindo a frequente revisão de tais composições. Essa condição estruturante da espécie humana – que sintetizamos na fórmula diversificação/composições mutáveis – é o que assumiremos como base para a hipótese do desafio comunicacional, que detalharemos na próxima seção.

O DESAFIO COMUNICACIONAL

Vimos que a questão comunicacional não é da ordem dos problemas para os quais se buscam soluções abrangentes que os deixem para trás. A diversidade não é só um problema; é também uma característica estrutural, uma competência integrada às nossas condições de sobrevivência e de perpetuação, uma qualidade “adaptativa”.

Essa característica estrutural corresponde ao que podemos chamar metaforicamente de uma “incompletude programada” nos processos biológicos, com uma redução relativa de automatismos instintuais e uma ampliação de variações geradas comunicacionalmente no espaço social, e, portanto, *não ocorrentes na estrutura do organismo*, embora relacionadas ao exercício de suas competências. A característica diversificadora da espécie resulta em uma ampliação da flexibilidade adaptativa. Em vez de esperar que, por seleção natural, uma linha de organismos mais adaptados ao meio ambiente sobreviva e prolifere, dependemos de uma parcela ampliada de geração social – e não mais sobretudo biológica – de respostas criativo-adaptativas.

D

Comunicação como trabalho da diversidade (perspectiva e metodologia)

Nestas condições, o desafio que se apresenta à sociedade humana é o de exercer competências próprias da espécie para obter composições viáveis, tentando continuamente evitar que nossas especificidades diferenciadas resultem em tensionamentos desastrosos. De modo concomitante, temos o desafio de exercer a diversidade, as capacidades de diversificação e de invenção social para enfrentar as urgências novas que devem ser interacionalmente enfrentadas, assim como o de superar composições equivocadas ou em processo de desagregação ou conflito.

Esse aspecto criativo e diversificador não opera isoladamente: sua eficácia tentativa só se realiza no conjunto das ações para a sobrevivência dos encaminhamentos tentados nas condições variadas do mundo e para o bom aproveitamento e acionamento dos nichos oferecidos ou gerados. A processualidade só se completa por processos de operação conjunta – articulações ativas da diversidade possível em determinada cultura e momento histórico – gerando, por sua vez, cultura e história.

O problema social da espécie é a própria necessidade de encontrarmos constantemente respostas que se demonstrem satisfatórias, já que os automatismos do organismo – que, evidentemente, não desaparecem – deixam de ocupar o centro da cena. Com a ampliação do índice de adaptatividade/criatividade não impressa no programa genético, ampliam-se igualmente as possibilidades de dispersividade, de equívoco e de opressão.

O conjunto de características humanas referido no item anterior – que reunimos na noção integrada de “diversificação/composições” – produz, assim, o desafio comunicacional da espécie. A palavra “comunicacional” se justifica como qualificadora central do desafio, porque a diversidade e suas infinitas composições só podem se realizar como vantagem adaptativo-criativa na medida em que se exercem mutuamente, entre os participantes sociais, as competências da diversificação e as competências para pôr em comum (articular, compor) os gestos, comportamentos e estratégias diversificadas. O que implica, também, resistir ao enrijecimento de articulações estabelecidas.

Esse problema é enfrentado diretamente pelas sociedades humanas na arena prática da vida cotidiana ou na dimensão histórica da existência, nas formas concretas e específicas variadas que hoje podemos reconhecer como “processos comunicacionais”. É o fato de corresponder ao enfrentamento dos desafios do trabalho da diversidade que permite categorizar tais processos como “comunicacionais”. Em outras palavras, a comunicação não se define pela natureza conceitual do fenômeno, mas pelos problemas – especificados como tais – que enfrenta.

Se o desafio comunicacional é genérico e abrangente, sua manifestação na realidade social se mostra na forma de problemas específicos potencialmente

infinitos. Precisamos fazer uma distinção clara entre o desafio resultante de características humanas – que proponho como *questão comunicacional abrangente* – e os problemas pontuais da realidade social, para os quais se voltam a geração e o acionamento de processos – específicos e plurais – de comunicação.

Para clareza de distinção, uso a expressão “urgências” para me referir aos problemas comunicacionais locais, concretos e específicos de qualquer atividade entre participantes que envolva a elaboração de algum modo de articulação entre posições, objetivos e estratégias de ação, que irão compor a direção a ser dada a seu encaminhamento. Não raramente, a urgência exige experimentação em busca de estratégias tentativas; mas mesmo na disponibilidade de procedimentos já estabelecidos e estabilizados, estes pedem ajustes à singularidade da situação (Braga, 2010).

As urgências referentes ao trabalho da diversidade ocorrem de modo singular em toda a variedade de situações, de culturas e de ambientes sociais, instituídos ou não, nas mais diversas áreas, solicitando de seus participantes posições relativas à necessidade de pôr em comum o conjunto complexo e desconexo de elementos na situação enfrentada.

Urgências interacionais não apenas pedem estratégias correlatas de solução – a seleção das estratégias tentadas e sua inserção nos contextos imediatos gera possibilidades modificadoras do próprio contexto. Conforme sua potencialidade transformadora, podem repercutir menos ou mais em contextos imediatos ou mais abrangentes, levando a modificações culturais correlatas.

Sabemos que o desafio nem sempre é bem enfrentado. Muito pelo contrário: há processos comunicacionais que trabalham a diversidade em modos falaciosos (como nas fake news), que a transformam em diferenças oprimidas (como nos racismos), ou, ainda, que constroem dualidades excludentes (como na polarização política). A história mostra a forte incidência do erro no exercício das competências humanas, assim como os riscos decorrentes para a civilização. Sem um exercício adequado das duas ordens de competências comunicacionais, a espécie pode até ser levada à extinção. A ansiedade por valores e verdades universais e por critérios absolutos ou matemáticos é um indicador de como o desafio nos pesa. Entretanto, não é possível escapar dessa necessidade de enfrentamento inerente à constituição da espécie.

A questão científica – tanto em termos de compreensão abrangente como de explicação de processos singulares e de contribuições praxiológicas para a sociedade – corresponde à geração de conhecimentos rigorosos sobre esse problema, participando, assim, do desafio comunicacional enfrentado diretamente pela sociedade. O que considero neste artigo como a hipótese do desafio comunicacional não se restringe ao nível descritivo de características humanas e à proposição

D

Comunicação como trabalho da diversidade (perspectiva e metodologia)

de sua relevância geral para a sobrevivência. Inclui também a proposição de que o desafio assim descrito é base pertinente para uma *perspectiva de conhecimento sobre a realidade social* voltada para uma compreensão abrangente e diversificada dos processos comunicacionais.

É com essa proposição que desenvolvemos a seguir nossa proposta sobre a questão epistemológica apresentada na introdução. A próxima seção mostra a hipótese do desafio comunicacional para a sociedade como ponto focal de uma perspectiva de conhecimento.

A PERSPECTIVA

Os processos sociais da comunicação, como trabalho da diversidade, envolvem a participação de dois tipos de competências: as de diversificação e as de composição, como um jogo infinitamente complexo entre essas duas dinâmicas humanas.

Essa percepção situa as questões comunicacionais no âmbito dos processos de transformação e busca de continuidade, justificando uma heurística de epistemologia evolutiva. A linha epistemológica tem como referência principal a hipótese de Darwin sobre a origem e o desenvolvimento das espécies, substituindo uma causalidade determinista por um processo de geração de variações, só então selecionadas. Em outro artigo (Braga, no prelo), apresento a possibilidade de sua transferência heurística para a perspectiva comunicacional.

A questão aqui é a de derivar da diversidade humana uma perspectiva de conhecimento. Esta deve permitir investigar, com base no desafio comunicacional, processos geradores de composições pelos quais variações de estratégia são produzidas e táticas de seleção acionadas.

Assumimos que o conjunto de características humanas pode ser considerado como *o ambiente mais abrangente* em que se desenvolvem as urgências e estratégias dos processos comunicacionais. Mas não se trata de fazer tudo depender das características da espécie. Para seu exercício na pesquisa, a perspectiva deve ser uma linha de conexão entre o desafio comunicacional abrangente e urgências sociais específicas geradas no âmbito deste desafio e que podem ser percebidas como problema e enfrentamento. Tais processos se manifestam buscando inserção em contextos de ocorrência e, eventualmente, incidindo sobre o próprio contexto.

A hipótese do desafio comunicacional permite esquadrinhar, a cada urgência analisada, *suas próprias especificidades* – das situações de ocorrência e das questões investigativas e teóricas acionadas –, percebendo os elementos que o próprio objeto específico põe em pauta, assim como o que se busca aí descobrir. A linha de

conexão viabiliza compreender como as dinâmicas gerais acolhem as respostas específicas encontradas e como essas respostas exercem aquelas dinâmicas.

As relações de suprassunção e subsunção entre os dois níveis se desenvolvem, assim, em dupla direção, exigindo uma reflexão recorrente entre, de um lado, o desafio abrangente caracterizado pela diversidade e, de outro lado, sua ocorrência variadíssima nas urgências específicas que pedem processos comunicacionais para seu enfrentamento.

A constatação de uma relação entre as características gerais da espécie, com seus tipos de competências – aprendizagem, diversificação, composição, empatia, competência inferencial, análise crítica, mimetização, autoconsciência etc. –, e a variação de táticas e estratégias de resposta ao desafio comunicacional fazem perceber que o ato comunicacional *não começa nos processos interacionais culturalmente estabelecidos (linguagens; estratégias consolidadas; ou meios de comunicação)*⁹. Dado o desafio abrangente, a comunicação começa antes, como necessidade, levando à invenção de gestos e processos pelos quais as próprias linguagens se estabelecem, as estratégias se selecionam e os meios se desenvolvem.

Podemos assumir que a dinâmica comunicacional está na origem dos processos específicos gerados (Braga, 2017). Os processos são variações de ação e pensamento, tentativamente produzidos em função de metas objetivamente relacionadas ao desafio comunicacional. Tais variações são selecionadas pelos participantes no que esteja ao alcance de seu entendimento e ação; e pelo contexto, na medida de sua possibilidade de inserção –, lembrando que as próprias metas são social, cultural e comunicacionalmente elaboradas.

Na linha de conexão entre as urgências e estratégias mais pontuais e esse nível de maior abrangência, interpõem-se contextos possíveis, social e culturalmente pertinentes, em diferentes níveis. Por exemplo, uma urgência interacional específica pode receber sucessivamente incidências relevantes de um espaço profissional, de uma questão jurídica, das circunstâncias políticas e do ambiente cultural em que ocorre. Cada um desses níveis se mostra como estrutura seletiva para as variações aí subsumidas e oferece variações para as estruturas significativas de nível superior, de suprassunção. Para o conceito de “estrutura significativa” nos reportamos à obra de Lucien Goldmann (1970).

A adoção de uma linha epistemológica evolutiva corresponde a dar uma ênfase especial a essa conexão movida por variações e seletividade. Os processos sociais não são ativados por verdades universais prévias nem por metas últimas, mas por experimentações – que funcionam diversificadamente – de busca, de tentativa, de aprendizagem, de enfrentamento de dificuldades, de criatividade e de invenção social, gerando variações que são selecionadas de acordo com a sua relação viável com as urgências trabalhadas e seus contextos.

⁹ Na seção sobre a metodologia, categorizamos estes processos culturalmente estabelecidos, mais precisamente, como processadores de comunicação, na medida em que os participantes sociais os desenvolvem e direcionam como estratégia para ativar e aprofundar potencialidades comunicacionais da diversidade.

D

Comunicação como trabalho da diversidade (perspectiva e metodologia)

Isso permite levar em conta todos os elementos considerados relevantes para os objetos específicos de estudo, quer na realidade social, quer na aproximação teórica escolhida por sua relação com o problema abordado. Os níveis de contexto podem ser percebidos como estimuladores de variação e como fornecedores de critérios e de processos de seleção.

É isso, então, que corresponde a uma linha de conexão entre o desafio comunicacional e as urgências em que a comunicação se manifesta como questão relevante¹⁰. No trabalho da pesquisa, tal conexão deve ser moldada às questões e aos objetivos específicos. Assim, cabe refletir sobre sua abordagem no trabalho metodológico.

¹⁰Vera França (2002, p. 293) assinalava, no início do século, que “não parece oportuno que sejamos enredados pela discussão do pertinente e do impertinente [pois a comunicação está em tudo], mas pela discussão daquilo que tem relevância”.

UMA METODOLOGIA ADEQUADA

No trabalho da pesquisa empírica, a perspectiva pede dois movimentos da atenção – *das urgências ao desafio*, para a percepção de como as urgências específicas correspondem ao desafio comunicacional, viabilizando o desenvolvimento de consistência; *do desafio às urgências*, para a descoberta da comunicação como trabalho da diversidade no âmbito da realidade.

Selecionada a urgência (ou tipo de urgências) a ser investigada, observam-se os aspectos em curso referentes a variações, seletividade, transformações tentativas e continuidade buscada, estratégias de inserção nos contextos significativos, lógicas processuais específicas da situação observada e incidências entre os processos e seus contextos prévios. Com isso, as singularidades do processo comunicacional que aí se organiza são apreendidas pelo ângulo de problematização específico da pesquisa. Como é frequente, nas situações que exigem pesquisa, tal processo comportará tensões, assim como indefinições entre os participantes.

O resultado dessa observação pode ser relacionado às características do desafio abrangente, levando a inferências de conexão. Tais inferências de nível abrangente, retornando ao nível da urgência singular, permitem a apreensão de mais detalhes e de percepções mais precisas.

A reiteração dos dois movimentos permite ampliar, a cada alternância, a compreensão do abrangente e a explicação do específico. Goldmann (1964) propõe: “o esclarecimento de uma estrutura significativa constitui um processo de *compreensão*; enquanto sua inserção em uma estrutura mais vasta é, em relação a esta, um processo de *explicação*”. E depois: “Explicação e compreensão não são, portanto, *dois* processos intelectuais diferentes, mas um só e mesmo processo relacionado a dois quadros de referência” (Goldmann, 1964, pp. 353-354, tradução nossa)¹¹.

¹¹No original: “la mise en lumière d’une structure significative constitue un processus de *compréhension* alors que son insertion dans une structure plus vaste est, par rapport à elle, un processus de *explication*.” [...] “Explication et compréhension ne sont donc pas *deux* processus intellectuels différents mais un seul et même processus rapporté à deux cadres de référence.”

Na abordagem metodológica de nossa perspectiva, essa alternância se organiza em torno das potencialidades da conexão. Sobre o primeiro movimento – das urgências ao desafio, destacamos:

- referir urgências e estratégias diversas a uma mesma questão abrangente viabiliza que elas conversem entre si, estimulando ângulos de composição e tensionamento mútuo;
- observar variações táticas de objetivos e estratégias em situações concretas permite concatená-las às competências comunicacionais genéricas da espécie;
- observar a especificidade das urgências e das estratégias em curso favorece compreender melhor as lógicas e dinâmicas abrangentes disponíveis.

Já do desafio às urgências:

- estudar o desafio abrangente na circunstância específica permite perceber o ângulo comunicacional do enfrentamento pontual, descobrindo aí como foram acionadas as características da diversidade e da composição e sua qualidade comunicacional;
- observar como a questão abrangente se mostra no enfrentamento das urgências permite apreender como o desafio se concretiza e se realiza na prática social;
- dispor de uma lógica de esquadramento favorece desentranhar o que há de comunicacional nos processos interacionais específicos observados, assim como decidir qual a sua relevância para a pesquisa.

Dando atenção aos contextos intermediários – estruturas significativas entre as urgências pontuais e o desafio abrangente –, percebemos que a diversificação infunda de processos *não se mostra desordenada e aleatória no ambiente social e na pesquisa*. As variações processuais da comunicação se organizam – não como um território unificado e estável, que se possa cartografar em padrão geográfico, mas certamente em múltiplas *dimensões de variação*.

A linha de conexão entre o desafio e as urgências sociais viabiliza uma atenção a todas as especificidades caracterizadoras das urgências e das estratégias comunicacionais observadas e relacionadas aos contextos socioculturais, aos campos sociais e aos âmbitos de conhecimento em que estejam inscritas e incidam nessas *dimensões de variação*. São discerníveis como conjuntos *de processos da sociedade* pelos quais são elaboradas as culturas e a história.

Essa percepção reforça a importância de estudos diversificados para a produção do conhecimento comunicacional, uma importância confirmada pela estratégia da área de organização de grupos de trabalho e linhas de pesquisa que se evidenciam como dimensões de variação na elaboração de conhecimentos.

D

Comunicação como trabalho da diversidade (perspectiva e metodologia)

As dimensões de variação se mostram, então, pelos problemas e abordagens de pesquisa que compõem e caracterizam o conjunto.

Uma segunda percepção, promissora para estudos posteriores, é a constatação de que alguns processos comunicacionais, desenvolvidos a serviço de objetivos de comunicação, dada a sua plasticidade tática e sua fortuna produtiva no ambiente social, caracterizam-se como base para experimentações sociais e para o acionamento em situações e urgências, servindo como *estrutura fornecedora de dinâmicas comunicacionais*. Mais que apenas dimensões de variação, as estruturas que mostram tal capacidade de geração continuada devem ser categorizadas como *processadores de comunicação*. Estes funcionam como moldes flexíveis, ou condensações de táticas, para produção constante de processos comunicacionais. Ainda que as variações produzidas mostrem um parentesco entre si, por seu desenvolvimento dentro das macrológicas de um mesmo processador, podem se desenvolver em direções e com objetivos muito diversos.

O conceito de processadores comunicacionais aqui proposto é, portanto, um elemento operatório central para o trabalho da pesquisa. O que caracteriza o conjunto, com mais concretude que uma similaridade de problemas, é a presença na cultura de tais “dispositivos processadores” em forma material ou como regras sociais estruturadas e processos disponíveis ao acionamento pelos participantes sociais para continuar a exercer determinados gestos interacionais e para desenvolver suas tentativas comunicacionais.

Em grande parte, os processos comunicacionais teorizados pelas CHS no século XX são desta ordem e foram percebidos como comunicacionais tanto por evidenciarem sua potencialidade nesta direção quanto por serem vistos criticamente como intervenientes em uma regularidade estabelecida. Dentre tais processos, citamos: a indústria cultural; as linguagens como viabilizadoras ou requeridas para a interação; a informação; a narrativa; a retórica; o signo; o audiovisual; a tecnologia; os meios de comunicação em geral, com sua vasta fortuna produtiva de processos comunicacionais. Podemos incluir, também, os processadores comunicacionais em linhas de ação profissional – o jornalismo, a publicidade, a comunicação organizacional, a criação cinematográfica etc. Não por acaso, teorias disciplinares que foram consideradas como “teorias gerais da comunicação” se voltavam para um ou para outro destes processadores.

Entretanto, uma característica restritiva, reiterada em todos esses estudos, é considerar comunicação apenas aquilo que se faz a partir do processador em pauta, decorrente das características deste. O processador é a abrangência maior percebida, desconsiderando a relevância de outros processos – e por isso mesmo a teoria era considerada geral. Os processadores apareciam como *ponto de partida e direcionador* do que se considera comunicação. Quando, eventualmente,

se discute a origem de um processador, não são observadas as dinâmicas comunicacionais, e sim as lógicas próprias do campo disciplinar em que a teoria foi elaborada. O processador é assumido como elemento instituinte e o processo comunicacional se estuda como se fosse dependente de determinações e paradigmas da disciplina que o investiga.

Diversamente, em uma perspectiva comunicacional, os processadores devem ser percebidos como espaços de variação gerativa *instituídos por processos comunicacionais* e, ao mesmo tempo, formadores de lógicas potencializadoras de composições comunicacionais. Na perspectiva aqui proposta, e como observamos antes, sem negar a interveniência de motivos de todas as ordens estudados por outras disciplinas, *constatamos a comunicação como anterior a tais processadores*, participando de sua geração. A partir do desenvolvimento de um processador, a comunicação se mantém como dinâmica básica que, em função do desafio comunicacional, *redireciona o próprio processador na medida em que o exerce*. Ao acionar um determinado processador, os participantes sociais fazem sua comunicação funcionar dentro das lógicas deste, mas a dinâmica da diversificação continua a ser exercida em processo de reajuste.

Nessa procedência, caracterizada pela hipótese do desafio comunicacional, encontramos uma possibilidade de articulação de processos e gestos da comunicação humana sem que as composições assim buscadas impliquem qualquer redução da diversidade.

CONCLUSÃO: SÍNTESE DA PERSPECTIVA PROPOSTA

O artigo propôs uma perspectiva voltada para a questão apresentada na introdução, buscando valorizar a diversidade de observáveis, de pesquisas e de teorias trabalhadas por pesquisadores da área, ao mesmo tempo que viabiliza a redução da dispersão constatada como barreira para um desenvolvimento maior dos conhecimentos produzidos. Encontramos o eixo direcionador da perspectiva em características abrangentes, que se mostram presentes na variedade de ocorrências e processos comunicacionais e na diversidade dos problemas que os solicitam. Os seguintes elementos foram estruturados no desenvolvimento da perspectiva:

- O objetivo de, mantendo a diversidade de observáveis, pesquisas e teorias, reduzir a dispersão e viabilizar a busca de consistência na construção do conhecimento;
- Percepção da diversidade humana como uma característica adaptativa da espécie para contextos diferenciados no ambiente social;
- Constatação do desafio comunicacional decorrente dessa característica diferenciadora; e da consequente geração de composições mutáveis entre

D

Comunicação como trabalho da diversidade (perspectiva e metodologia)

diferenciações e padrões reajustáveis no ambiente social, como um *trabalho da diversidade*;

- Apreensão dessa dinâmica como processualidade de transformação-e-continuidade no enfrentamento do desafio comunicacional;
- Acionamento de uma heurística baseada na epistemologia evolutiva, ajustada para o processo social da comunicação na descoberta de suas variações;
- Elaboração da perspectiva como uma linha de conexão entre o desafio abrangente e a infinidade de urgências comunicacionais;
- Tática metodológica de pesquisa como ida e volta reiterada entre esses dois extremos para o esquadrihamento de níveis intermediários significativos;
- Explicitação de níveis intermediários como dimensões de variação e contextos de seleção;
- Constatação dos níveis intermediários comunicacionalmente gerados para processar comunicação como “processadores comunicacionais”.

Com tais componentes, o que a perspectiva busca, rastreando o desafio abrangente que dinamiza situações sociais, é descobrir as características próprias dos processos interacionais, em função dos problemas escolhidos para pesquisa.

A característica estrutural mais explícita na dinâmica comunicacional humana decorre do fato de que seus participantes se diversificam mais amplamente que outras espécies. A dinâmica é demarcada como um processo abrangente de transformações e busca de continuidade – o que justifica uma aproximação em termos de epistemologia evolutiva. Nessas condições, as linguagens, as estratégias e os meios se mostram como trabalho da diversidade. No âmbito do desafio abrangente que faz acionar essa dinâmica, as urgências sociais se multiplicam por meio das mais diversas questões sociais.

A perspectiva proposta oferece uma linha de conexão entre as urgências no ambiente social – com seus correlatos problemas de pesquisa – e o núcleo de geração da dinâmica do trabalho da diversidade. Não se trata, como ênfase ao longo do artigo, de uma teoria explicativa, em que a diversidade de urgências é “reduzida” a um padrão unificado. Pelo contrário, a perspectiva se mostra como heurística para deslindar a especificidade dos modos diversos de enfrentamento do desafio na sociedade e, portanto, das infinitas variações produzidas pela dinâmica comunicacional.

A aproximação metodológica para exercer essa linha de conexão na pesquisa se baseia nas proposições de Lucien Goldmann (1970) referentes a estruturas significativas. A abordagem se desenvolve como estratégia para percepção das relações entre um “todo” e suas partes, que se constituem mutuamente. Diante da constatação dos níveis operatórios diversos pelos quais a sociedade produz

composições mutáveis entre as diversificações em curso, em suas múltiplas atividades e instituições, é relevante pesquisar o trabalho comunicacional da diversidade na produção de variações e nos processos de seleção que se manifestam.

Dimensões de variação comunicacional são desenvolvidas por urgências de todas as ordens e relacionadas a todas as atividades de interesse de uma sociedade, cujos participantes acionam estratégias diversas para obter alguma composição de suas diferenças. Dentre estas dimensões de variação, a elaboração da perspectiva faz destacar uma linhagem produtiva de dimensões *diretamente voltada para a própria atividade comunicacional*, cujo foco é o de viabilizar, facilitar e direcionar as interações humanas, quaisquer que sejam seus objetivos. Caracterizo essas estruturas, centralmente significativas, como “processadores comunicacionais” e percebo, preliminarmente, três tipos: linguagens; estratégias consolidadas; e meios e mediações entre os participantes. Essas três possibilidades, embora distinguíveis, se encontram imbricadas em dosagens variadas no ambiente social.

A perspectiva apresentada pode abranger e dar atenção a todas as dimensões de variação no trabalho da diversidade – eventualmente em interface com as especializações constituídas em torno de uma dimensão específica. Cabe, entretanto, dar uma atenção particular aos processadores comunicacionais. Embora estes sejam já longamente reconhecidos e pesquisados na área, têm sido vistos de modo isolado e incompleto. Sua própria geração já envolve o trabalho da diversidade, mostrando que não se pode pensar comunicação como algo que só ocorre a partir de um processador comunicacional, pois este foi *comunicacionalmente* desenvolvido como seletor de estratégias e gerador de variações.

Para além da estruturação da perspectiva, aqui rapidamente sintetizada, de sua fundamentação epistemológica, da coerência buscada entre os elementos componentes e da abordagem metodológica especificada, é preciso verificar tanto sua validade empírica como a produtividade de sua heurística. A pesquisa iniciada por este artigo propõe investigar, acionando, na perspectiva proposta, dimensões de variação e processadores comunicacionais por meio da releitura de pesquisas da área e pela realização de estudos empíricos. O desenvolvimento de verificações por outros pesquisadores – em termos analíticos e críticos – representaria uma contribuição significativa para o aperfeiçoamento da proposta. ■

REFERÊNCIAS

- Abrantes, P. (2004). O programa de uma epistemologia evolutiva. *Revista de Filosofia*, 16(18), 11-55.
- Braga, J. L. (2010). Comunicação é aquilo que transforma linguagens. *Revista Alceu*, 10 (20), 41-54.

D

Comunicação como trabalho da diversidade (perspectiva e metodologia)

- Braga, J. L. (2017). Comunicação gerativa – Um diálogo com Oliver Sacks. *Revista Matrizes*, 11(2), 35-55. <http://dx.doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v11i2p35-55>
- Braga, J. L. (2021). Do que não conhecemos os problemas, não saberemos as respostas. In L. Signates (Org.), *Epistemologia da Comunicação – Reflexões metateóricas sobre o propriamente comunicacional* (pp. 69-93). Cegraf/UFG.
- Braga, J. L. (no prelo). Epistemologia evolutiva – Uma heurística para a comunicação. *Revista Galáxia*.
- Costa Júnior, J. (2018). Darwin foi um darwinista social? *Temporalidades – Revista de História*, 27(10), 254-276.
- Ferrand, F. (2008). *La flexibilité humaine, une nouvelle dimension dans l'évolution* [Tese de doutorado, Université du Québec à Montréal]. Archipel. <https://bit.ly/3EgrOdZ>
- Ferrara, L. (2021). *A epistemologia da diferença* [Apresentação de trabalho]. 30º Encontro Anual da Compós, São Paulo, São Paulo, Brasil.
- França, V. (2002). Análises. In M. H. Weber, I. Bentz, & A. Hohlfeldt (Orgs.), *Tensões e objetos da pesquisa em comunicação* (pp. 286-293). Sulina.
- Gibson, J. J. (1977). The theory of affordances. In R. Shaw, & J. Bransford (Eds.), *Perceiving, acting and knowing: Toward an ecological psychology* (pp. 67-82). Lawrence Erlbaum Associates.
- Goldmann, L. (1964). *Pour une sociologie du roman*. Gallimard.
- Goldmann, L. (1970). *Dialética e cultura*. Paz e Terra.
- Honneth, A. (2003). *Luta por reconhecimento: A gramática moral dos conflitos sociais*. Editora 34.
- Lévinas, E. (2007). *Entre nous: Essais sur penser-à-l'autre*. Grasset.
- Marcondes Filho, C. (2011). Duas doenças infantis da comunicação: A insuficiência ontológica e a submissão à política. *MATRIZES*, 5(1), 169-178. <https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v5i1p169-178>
- Signates, L. (2018). A comunicação como ciência básica tardia: Uma hipótese para o debate. *Revista E-Compós*, 21(2), 1-21. <https://doi.org/10.30962/ec.1387>
- Signates, L. (Org.). (2021). *Epistemologia da Comunicação: Reflexões metateóricas sobre o propriamente comunicacional*. Cegraf UFG.
- Thagard, P. (1980). Against Evolutionary Epistemology. *PSA*, 1, 187-196. <https://bit.ly/3V5dPNz>

Artigo recebido em 07 de Agosto de 2022 e aprovado em 16 de Novembro de 2022.

Além do imperialismo da mídia: Os desafios de teorizar fluxos globais de TV

Beyond media imperialism: The challenges of theorizing global TV flows

JOSEPH STRAUBHAAR^a

Universidade do Texas, Departamento de Jornalismo e Estudos de mídia e Rádio-TV-Cinema.
Austin-TX, Estados Unidos

RESUMO

Este artigo examina a jornada intelectual que me levou a estudar o desenvolvimento da televisão no Brasil. Discute-se como iniciei o estudo do desenvolvimento dos meios de comunicação social nos países do Sul global, no âmbito de um Doutorado em Relações Internacionais. Tal estudo me fez despertar um interesse especial no Brasil, principalmente quando descobri que o Departamento de Estado dos Estados Unidos estava disposto a me treinar na língua portuguesa e me mandar para lá para passar três anos. Discute-se o grande apoio intelectual que recebi para a minha pesquisa sobre a televisão brasileira, a TV Globo e a dependência cultural, do Prof. José Marques de Melo e outros da ECA/USP, onde outros, como Carlos Eduardo Lins da Silva e Ana Maria Fadul, começavam a examinar algumas das mesmas questões. Discute-se também como foi interessante e útil a rede INTERCOM e ALAIC de pesquisadores para conhecer o grande crescimento das pesquisas brasileiras e latino-americanas que estava ocorrendo.

Palavras-chave: Rede de televisão global, Rede Globo, Intercom, ECA-USP

ABSTRACT

This article reviews the intellectual journey that led me to study the development of television in Brazil. It discusses how I came to study how media were developing in countries of the global South as part of a Ph.D. in International Relations. It led me to get particularly interested in Brazil, particularly when I discovered that the US State Department was willing to train me in Portuguese and send me there for three years. It discusses the great intellectual support I received for my research on Brazilian television, TV Globo and cultural dependency, from Prof. José Marques de Melo and others at ECA/USP, in which others like Carlos Eduardo Lins da Silva and Ana Maria Fadul were beginning to look at some of the same issues. It goes on to discuss how interesting and helpful the INTERCOM and ALAIC network of researchers was in learning about the great upswell in Brazilian and Latin American research that was taking place.

Keywords: Global media, Brazilian television, TV Globo, Intercom, ECA-USP

^a Professor de Comunicação Social do Departamento de Jornalismo e Estudos Midiáticos e Rádio-TV-Cinema da Universidade do Texas, Austin. Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-8285-1498>. E-mail: jdraubhaar@austin.utexas.edu

DOI: <http://dx.doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v16i3p121-136>

V.16 - Nº 3 set./dez. 2022 São Paulo - Brasil JOSEPH STRAUBHAAR p. 121-136

MATRIZES

MEU COMEÇO NAS tradições de estudo das comunicações nos EUA aconteceu durante a minha graduação na Universidade de Stanford, em 1969, onde comecei a estudar psicologia e mudei meu foco para comunicações e relações internacionais. Quando comecei a estudar comunicação, lembro-me de ter ficado um pouco surpreso quando o chefe do programa de comunicação, Nathan Maccoby, ao descobrir que eu havia me formado psicologia, me disse que eu não precisaria fazer a aula de teoria introdutória, pois era toda baseada em psicologia. Isso me deixou um pouco incomodado.

Uma das razões pelas quais me afastei da psicologia foi que comecei a descobrir que ela era muito restrita pela visão cultural. Em grande parte, ela parecia enfatizar excessivamente a psicologia individual com base na cultura europeia e americana. Um grande ponto de virada foi quando descobri que uma tentativa de replicar um experimento básico sobre redução de dissonância cognitiva em Hong Kong simplesmente não funcionou. Uma das suposições sobre a redução da dissonância cognitiva era que, se você exigisse que alguém fizesse uma declaração que entrasse em conflito, ou fosse dissonante, com uma de suas próprias atitudes, a pessoa mudaria sua atitude para que ficasse consistente com seu comportamento público. Quando um experimento tentou replicar isso em Hong Kong, as pessoas estudadas não sentiram a menor necessidade de mudar sua atitude para estar em consonância com seu comportamento público, uma vez que, para elas, havia algo culturalmente diferente em jogo. Se alguém em posição de autoridade lhes pedisse para ler uma declaração, elas liam a declaração, mas aquilo não tinha nada a ver com o que elas pensavam a respeito. Era apenas uma forma de obediência à autoridade relacionada à cultura. Eu também tinha feito algumas disciplinas de antropologia cultural e me ocorreu que talvez o que me interessava realmente fosse a cultura, não a psicologia.

Quando comecei a estudar comunicações, havia disciplinas sobre diversos tipos de temáticas de comunicação. Tive aulas de história do cinema, de jornalismo e de radiodifusão e televisão. Muitas delas pareciam ter uma ênfase de padrão americano nos efeitos da mídia. Havia, certamente, uma ênfase na metodologia quantitativa tradicional. Mas também tive uma aula no meu último ano sobre comunicação e desenvolvimento nacional, na qual conheci vários estudantes interessantes de doutorado de Stanford, dentre eles um que posteriormente se tornaria um mentor para mim, Emile McAnany. Fiquei bastante intrigado com a ligação que a disciplina traçou entre o desenvolvimento dos meios de comunicação e o desenvolvimento das culturas e identidades nacionais. A matéria também deu igual ênfase à comunicação como instrumento de aceleração ou modificação do desenvolvimento nacional. Quando cheguei à pós-graduação para estudar essas questões, percebi que estava muito mais interessado em

entender como os sistemas nacionais de mídia estavam se desenvolvendo do que em como usar a mídia para mudar os padrões de desenvolvimento.

Nesta aula em Stanford, fui exposto a um pensamento desenvolvimentista mais tradicional, como o de Wilbur Schramm (1964) e Daniel Lerner (1958), mas também a um pensamento mais crítico, como o imperialismo midiático de Herbert Schiller (1969). Também fiz algumas matérias que tinham uma abordagem marxista da economia. Stanford permitia escolher entre uma sequência de disciplinas econômicas introdutórias que era muito mais tradicional e outra que era muito mais crítica ou marxista. Escolhi esta última porque era uma época em que muitas pessoas estavam cada vez mais contra o envolvimento dos EUA na Guerra do Vietnã. Como muitos estudantes, eu me perguntava se deveríamos fazer mais do que ser contra a guerra e nos concentrarmos um pouco mais na mudança radical dentro dos EUA. Pensávamos que se o nosso atual sistema havia nos levado ao Vietnã, talvez o próprio sistema tivesse de mudar. Passei seis meses fazendo um estudo no estrangeiro, em Viena, no meu segundo ano em Stanford, e muitos de nós soubemos da oportunidade de fazer uma viagem oficial à União Soviética com patrocínio para estudantes no âmbito da agência de turismo juvenil Sputnik. Em retrospecto, estou certo de que foi uma operação de *soft power* com o intuito de levar estudantes americanos e europeus para a União Soviética para que pudessem conhecer e ter uma opinião melhor sobre a União Soviética.

Fiquei muito curioso sobre o marxismo no meu primeiro ano na universidade. No entanto, passar três semanas na União Soviética, 1970-71, colocou um grande ponto de interrogação nesse sentimento. O socialismo realmente existente, como muitas pessoas desprezaram a União Soviética à época, parecia ter alguns pontos fortes. Construíram uma estrutura industrial impressionante que lhes permitiu derrotar a Alemanha nazista em 1945. Muitas cidades foram bem desenvolvidas, como Moscou, que tinha um sistema de metrô muito impressionante e muitos edifícios impressionantes. Porém, havia também uma ênfase muito visível no controle social e no controle da opinião política. As pessoas pareciam ter medo de conversar conosco sobre qualquer coisa que não aderisse à linha partidária do Partido Comunista. Isto me suscitou muitas questões sobre a União Soviética. Eu vinha pensando em estudar a história da Rússia e o desenvolvimento da União Soviética, mas, francamente, depois de três semanas de viagem, achei que seria muito deprimente, não uma coisa que eu gostaria de estudar a fundo.

Suscitou questões sobre como a rivalidade entre os EUA e a União Soviética na Guerra Fria estava afetando o resto do mundo. Fiquei muito curioso com isso, pois pude sentir, enquanto estava na União Soviética, que eles estavam determinados a promover seu modelo de desenvolvimento para o resto do mundo, da mesma forma que os EUA. E aquela interação entre os dois países

era interessante, por isso me fez pensar mais em estudar as questões mais amplas das relações internacionais e dos modelos de desenvolvimento.

INDO PARA A PÓS-GRADUAÇÃO

Em vez de ficar na Universidade de Stanford, que tinha uma ênfase enorme em como usar os meios de comunicação para acelerar o desenvolvimento, sob a chefia de Wilbur Schram, decidi que queria uma mudança de cenário e de foco disciplinar e fui para a costa leste dos Estados Unidos para estudar uma mistura de comunicação e Relações Internacionais. Provavelmente, há vários lugares em que eu poderia ter estudado, mas o mais interessante parecia ser a Faculdade Fletcher de Direito e Diplomacia, na Universidade Tufts, que enfatizava o desenvolvimento da mídia, a comunicação transcultural, a diplomacia pública, bem como a interação entre a mídia e as relações internacionais.

Ainda não tinha a certeza se queria mesmo ser um acadêmico. Eu saí de uma fazenda pequena em Idaho e não conhecia nenhum acadêmico pessoalmente além de alguns professores que conheci em Stanford, que ainda me pareciam um pouco divindades misteriosas. Eu ainda não tinha muita confiança na minha capacidade de ser professor, mas estava cada vez mais motivado a ser pesquisador. Também fiquei um pouco interessado em trabalhar diretamente, de alguma forma, nas relações internacionais, de preferência no papel desempenhado pelos meios de comunicação.

Fiquei muito impressionado com uma professora, Rosemarie Rogers, que ministrou as minhas primeiras disciplinas de comunicação internacional, desenvolvimento dos meios de comunicação e métodos de pesquisa. Ela me ajudou muito a entender que havia vários métodos de pesquisa para abordar muitas das teorias, ideias e questões nas quais eu estava interessado; como diferentes abordagens produziam diferentes tipos de evidências e dados; e que as abordagens podiam ser qualitativas, quantitativas ou combinações de ambas. Foi um grande alívio. No curso de Psicologia de Stanford, eu me cansei de trabalhar em experimentos psicológicos, seja como participante do experimento ou como assistente de pesquisa de alguns professores. Os experimentos pareciam ser cada vez mais manipuladores. Fiquei bastante aliviado ao aprender uma ampla gama de métodos, incluindo muitas maneiras diferentes de abordar os grandes temas. A formação que eu tive na Fletcher School foi uma boa base e me deu uma boa noção de como pensar de forma aberta e criativa sobre diferentes formas de pesquisar uma questão, o que me foi de grande valia quando comecei minha tese sobre a televisão no Brasil.

Também tive a oportunidade de estudar várias questões e teorias sobre meios de comunicação internacionais, política e desenvolvimento. Gostava da

ideia de olhar as indústrias culturais de maneira crítica, como fazia a Escola de Frankfurt. Fiquei bastante curioso a respeito do fluxo desigual do cinejornal e da televisão. Fiquei particularmente intrigado com um relatório novo, feito pela UNESCO, sobre o fluxo televisivo desigual no mundo em 1974 (Nordenstreng & Varis, 1974). Aprofundi-me na ideia da teoria da dependência em termos do trabalho de Cardoso (Cardoso & Faletto, 1979) e outros (Evans, 1979). Estava muito interessado nas questões e processos que levaram ao debate sobre a Nova Ordem Mundial da Informação e Comunicação (Unesco, 1978). Um dos primeiros livros que li sobre mídia do Brasil foi um relatório escrito por Nelly de Camargo, da USP, sobre políticas brasileiras de comunicação (Camargo & Pinto, 1975), no âmbito do programa da UNESCO dos anos 1970 de incentivar os países a construírem políticas de comunicação.

Eu estava muito interessado em examinar as teorias da Escola de Frankfurt sobre a indústria cultural (Horkheimer & Adorno, 1972) de uma forma crítica. Mas eu também estava começando a ler a respeito de o que as indústrias da mídia e as políticas nacionais em países em desenvolvimento como o Brasil estavam fazendo para começar a aplicar estratégias de promoção da produção nacional, especialmente de televisão e rádio (Katz & Wedell, 1976). Estava especialmente interessado na China, que tinha uma visão muito autônoma e muito diferente de fazer comunicações e mídia no país. Interessava-me também o desenvolvimento das indústrias televisiva e cinematográfica da Índia, a indústria televisiva do México e do Brasil e a abordagem majoritariamente não alinhada e independente dos meios de comunicação que a Iugoslávia estava adotando. Fiquei muito curioso sobre os países que começavam a reagir contra a dependência e o imperialismo cultural, seja através de ações de políticas governamentais, como a China ou a Iugoslávia, ou através de formas mais industriais em lugares como Índia, México e Brasil.

A Profa. Rogers tornou-se a minha orientadora de doutorado. Ela começou a me dizer explicitamente que achava que eu seria um bom pesquisador e professor na universidade. Ela via que eu não estava muito seguro quanto a isso e me fez o grande favor de tentar deliberadamente aumentar minha confiança, para me mostrar que eu era mais do que inteligente o suficiente para conseguir, se era isso que eu queria fazer.

Eu havia feito o exame de admissão ao serviço estrangeiro dos EUA a pedido da Fletcher School. Eles tinham muito interesse em recrutar o maior número possível de pessoas para o serviço estrangeiro. Eu fiz o exame, passei nos diferentes testes e entrevistas, e ao final do meu primeiro ano recebi um telefonema deles dizendo: “Bem, você passou! Para onde gostaria de ir se o contratássemos e o enviássemos para algum lugar?” Eu disse que estaria muito interessado em Brasil, China, Índia, México e Iugoslávia.

Em termos de pesquisa, estava curioso para ver quais os países em desenvolvimento que estavam desenvolvendo meios de comunicação próprios que reagissem às pressões que estavam recebendo do imperialismo cultural dos EUA, e esses países eram todos exemplos interessantes. Eu vinha estudando o imperialismo cultural e a teoria da dependência. A teoria da dependência, de certa forma, fazia mais sentido para mim na época como um modelo geral viável para entender o que estava acontecendo em lugares como Brasil ou México do que o tipo de ideia holística de imperialismo cultural que Herb Schiller estava promovendo em sua obra. Quando o serviço estrangeiro se ofereceu para me dar treinamento em língua portuguesa e me mandar para o Brasil por três anos, fiquei entusiasmado, mas perguntei se podia continuar na faculdade até concluir as tarefas do meu doutorado e eles concordaram. Embora eu tivesse objeções profundas com relação à política externa dos EUA, encarei aquela como uma oportunidade de ir aprender português e aprender muito sobre o Brasil passando três anos lá. Depois, caso eu quisesse voltar para a academia, teria o trabalho de campo feito para uma tese. Minha orientadora, a Profa. Rosemarie Rogers, disse: “Talvez você goste de fazer o serviço estrangeiro por alguns anos, mas você voltará ao mundo acadêmico.”

Terminei o meu curso e os meus exames abrangentes para o meu doutorado um pouco antes de sair da Fletcher School para ingressar no serviço estrangeiro. Fui a Washington estudar diplomacia pública, português e estudos de área por um ano no Foreign Service Institute, o que foi útil de qualquer forma: a ideia dos estudos de área visava uma compreensão geral dos países da América Latina, suas relações internacionais entre si e suas relações com os Estados Unidos e as antigas potências coloniais de Espanha e Portugal. Tudo isso, em geral, parecia importante de se estudar se a minha intenção em seguida fosse estudar o desenvolvimento dos meios de comunicação no Brasil. Em seguida, fui ao Brasil por três anos para me dar a chance de elaborar uma proposta de tese e fazer trabalho de campo no país para uma tese.

APRENENDO COM O BRASIL

Quando cheguei ao Rio no início de 1976, continuei a estudar português no Consulado do Rio. Eu tinha recebido um treinamento muito bom em Washington. Estudei intensivamente por seis meses, seis horas por dia, mas ainda assim queria continuar a aprender, por isso fiz o curso de português de nível avançado no consulado. Uma coisa interessante aconteceu na minha primeira semana lá, que acabou resultando na minha tese. A professora nos disse que a maioria de nós estava indo bem com o português, mas que precisávamos dar um jeito de sair e conversar com pessoas de verdade. Ela sugeriu duas coisas

específicas: uma era ir comprar uma camisa de um time de futebol do Rio e as pessoas conversariam conosco sobre futebol e o seu time. Mais importante ainda, ela disse que precisávamos assistir a uma telenovela ou duas todas as noites, porque era disso que todo mundo falava a respeito.

Pensei: “Uau, não foi isso que Herb Schiller me fez esperar.” Vim para o Brasil principalmente com a expectativa de fazer um estudo de caso sobre o imperialismo cultural. Eu tinha aprendido o suficiente para saber que a TV Globo tinha sido criada em um empreendimento conjunto com a Time Life, dos EUA. Eu esperava ver o tipo de imperialismo cultural do qual falavam pessoas como Herb Schiller, uma orientação econômica para a mídia comercial capitalista. Esse era, sem dúvida, o caso, mas, além disso, parte do pacote teórico do imperialismo cultural é que espera-se ver uma enorme quantidade de conteúdo televisivo, cinematográfico e musical americano, e que esse conteúdo americano teria um claro impacto ideológico como parte do imperialismo cultural (Dorfman & Mattelart, 1972). Em vez disso, comecei a perceber, naquela primeira semana, que o horário nobre do Brasil, particularmente na TV Globo — que a maioria das pessoas assistia — era ocupado por três novelas produzidas pela Globo e um noticiário nacional, em vez de programas importados dos EUA. Isso me deixou intrigado com o fenômeno das telenovelas.

Eu tinha dois possíveis tópicos para a minha tese. O primeiro seria pesquisar o que estava acontecendo com a censura dos meios de notícia. Eu tinha chegado pouco depois de o novo governo militar de Geisel ter anunciado uma política de *abertura* política; que voltaria gradualmente ao governo civil. Como parte desse processo, eles revogariam gradualmente a censura, que ainda era pesada na maioria dos meios de comunicação naquele momento, em 1976. Primeiro, eles revogaram a censura de jornais de elite, como *Jornal do Brasil* e *O Estado de S. Paulo*, e de pequenos semanários de esquerda, como *Pasquim* ou *O Movimento*, portanto os militares pareciam confiar que a elite traria uma visão menos censurada das notícias e não pareciam se importar com o que os semanários de esquerda publicavam. Mas era claro que eles planejavam manter a censura da televisão e do rádio, os meios de comunicação de massa, por um bom tempo, o que indicava que, de muitas maneiras, eles consideravam a televisão mais importante do que a mídia de elite em termos de seu impacto no público (Ribke, 2011). Aquilo parecia interessante, mas acabou me levando a trabalhar na televisão, que os militares e muitos outros julgavam ter um impacto muito maior no público.

O outro possível tema de tese seria analisar o caso da TV Globo e suas telenovelas, notícias e *shows de auditório*, que pareciam ter tirado os programas americanos importados do horário nobre, além de outros canais de televisão concorrentes. Teoricamente, isso parecia confirmar certos aspectos do imperialismo

cultural em nível estrutural, uma vez que a *Time Life* havia participado da criação da TV Globo e definido certos padrões comerciais muito claros: operação publicitária muito eficiente (Wallach, 2011), foco no entretenimento e forte promoção da cultura de consumo (Mattos, 1990). Mas não era só isso. Havia muita criação cultural interessante em telenovelas, comédias, apresentações de música e *shows de auditório*.

Apresentei as duas ideias ao meu comitê nos EUA. Disseram que esta ideia de analisar como o desenvolvimento da televisão e a sua forte produção de entretenimento nacional desafiavam, em certa medida, a ideia de dependência cultural ou de imperialismo cultural, parecia ser uma perspectiva teórica muito mais interessante, que me colocaria numa discussão teórica muito importante com um interessante estudo de caso. Concordamos que eu faria a minha tese sobre a televisão no Brasil e de que maneiras ela se encaixava ou não nas ideias de dependência cultural e imperialismo cultural. Em retrospecto, eu estava tentando equilibrar o que eu aprendi na pós-graduação sobre economia política e como ela parecia prever certas coisas relacionadas ao imperialismo cultural, particularmente a natureza estrutural da abordagem da TV Globo em relação à televisão comercial (Hertz, 1987), e uma abordagem de estudos culturais baseada em Stuart Hall (1977) e outros estudiosos pioneiros, além de estudos da televisão nos Estados Unidos, que investigam a indústria, mas também em grande medida o conteúdo e a recepção (Newcomb & Hirsch, 1983).

Fiquei muito interessado em ler o que tinha sido produzido sobre a televisão no Brasil e comecei a conhecer estudiosos brasileiros naquele primeiro ano, 1976. Descobri vários livros pioneiros e importantes, que realmente me influenciaram. Um deles foi *O paraíso via EMBRATEL* (Milanesi, 1978), que era uma espécie de relato etnográfico da chegada da televisão a uma cidade pequena brasileira, que me ajudou a ter uma noção melhor do impacto que a televisão estava tendo no Brasil. Outro foi *A comunicação do grotesco* (Sodré, 1972), que deu um relato realmente fascinante das raízes populares do *show de auditório*. Outro foi *A Noite da Madrinha* (Miceli, 1972), um relato semiótico de um “*talk show*” popular na televisão. Esse me desafiou teoricamente, já que a perspectiva semiótica é comum no Brasil, mas eu não estava familiarizado com ela. Na pós-graduação, eu havia sido mais exposto a questões estruturalistas, como economia política e questões de fluxos de conteúdo. Fiquei, no entanto, um pouco surpreso por não haver mais pesquisas sobre televisão no Brasil, especialmente sobre o conteúdo televisivo. Havia um debate político muito ativo sobre o papel da TV Globo e o legado do empreendimento conjunto da TV Globo com a *Time Life*. Encontrei e li um livro chamado *O Livro Negro da Invasão Branca* (Calmon, 1966), escrito por um dos principais investidores de um dos principais concorrentes da TV Globo, a TV

Tupi, talvez um pouco suspeito, mas que certamente levantou muitos antecedentes interessantes. A maioria das histórias clássicas da TV Globo, como *A História Secreta da Rede Globo* (Hertz, 1987), ainda não haviam sido escritas, mas havia um debate considerável em fontes de jornais sobre o empreendimento conjunto da *Time Life* com a TV Globo. Percebi que ia ter de trabalhar muito com fontes de arquivo, como jornais e entrevistas.

Conversei com algumas pessoas que trabalhavam com questões culturais e midiáticas nos Consulados do Rio e de São Paulo, para descrever o que me interessava, e uma delas me aconselhou a conversar com um professor sênior de televisão e teatro da Universidade de São Paulo, Fred Litto. Entrei em contato com ele e comecei o que se transformou em uma longa amizade e um interessante conjunto de trocas e conversas ao longo dos anos, que, a longo prazo, me levou a examinar mais de perto as questões tecnológicas no Brasil. Fred me apresentou ao Prof. José Marques De Melo, que me apresentou a outras pessoas, incluindo Carlos Eduardo Lins da Silva, Fernando Santoro, Anamaria Fadul e Margarida Kunsch. O elemento central do meu primeiro acesso às pessoas que estudam a mídia no meio acadêmico brasileiro foi, em grande parte, na Universidade de São Paulo, na ECA. José Marques De Melo proporcionou uma abertura muito importante a uma grande rede de muitas das pessoas envolvidas na INTERCOM, a associação de pesquisa em comunicação. Mais tarde, também conheci e entrevistei pessoas muito interessantes de outros lugares, como Muniz Sodré, da Universidade Federal do Rio de Janeiro.

No entanto, a minha recepção inicial por parte de José Marques e de outros em São Paulo foi tão aberta e acolhedora, que me concentrei lá por bastante tempo. A ECA também tinha uma boa biblioteca. Encontrei muitos livros brasileiros e livros de toda a América Latina. Por exemplo, muito do que ainda sei sobre semiótica, provavelmente aprendi lendo coisas em português do Brasil e traduzidas de outras partes da Europa e do mundo. Por fim, também conheci pessoas da PUC São Paulo, como Renato Ortiz e Sylvia Borelli, que estavam muito mais nessa escola de pensamento, ao fim dos meus primeiros três anos de trabalho de campo no Brasil.

Comecei a perceber que também precisava aprender sobre as perspectivas da indústria. Eu encontrava bastante coisa sobre a televisão brasileira por parte de estudiosos e da literatura (que estava começando a crescer), mas eu precisava entender como a própria indústria funcionava. Comecei a tentar fazer incursões na própria TV Globo. Tive a sorte de enfim entrar em contato com o diretor de pesquisa da rede, Homero Icaza Sanchez, que achou interessante esse jovem americano que falava um português razoavelmente bom e estava bastante interessado no que eles faziam. Ele me explicou de maneira bem aberta a pesquisa

que estavam fazendo e a compreensão dele da história da TV Globo, particularmente como eles desenvolveram subgêneros de telenovelas que se encaixam no perfil das telespectadores em diferentes horários. Comecei a perceber que queria não apenas entender o que estava acontecendo naquele momento nessas categorias de gênero, mas ver como elas se desenvolveram ao longo dos anos.

Conversar com pessoas da indústria da publicidade e da indústria televisiva foi fascinante, especialmente pessoas de outras emissoras, como TV Tupi, TV Rio ou TV Excelsior. Algumas das minhas melhores entrevistas foram com pessoas que haviam trabalhado em todas essas emissoras de televisão antes de entrar na publicidade ou na academia. Tive uma entrevista fascinante com Roberto Duailibi, diretor de uma grande agência de publicidade. Ele estava bastante interessado em dizer o que pensava não só sobre publicidade, mas também sobre o desenvolvimento da televisão em geral. Também conversei com algumas pessoas no Mercado Global e no Grupo de Mídia (1978), que começavam a reunir uma vasta gama de dados publicitários para formar padrões úteis. Esses padrões foram muito úteis para compreender como a TV Globo tinha dominado a concorrência e por que era muito mais eficiente na utilização da publicidade. Eles tinham um diálogo muito melhor com as agências de publicidade através de pesquisas e apresentações antecipadas dos próximos programas e temporadas. Eu queria ter um ponto de vista externo crítico da economia política, por exemplo como ela usou contatos favoráveis com o governo militar para obter licenças e tecnologia para se espalhar por todo o Brasil, mas também queria ter uma visão privilegiada de como ela funcionava e por que eles pensavam que ela tinha desenvolvido daquela maneira.

Também tive a sorte de o Ibope São Paulo me autorizar a utilizar os seus dados de audiência televisiva, em especial os acontecimentos históricos. Isso me permitiu ver quem assistia a novelas, a apresentações musicais ou a programas de comédia. Eu havia decidido fazer uma análise de conteúdo sobre em quais gêneros televisivos os diferentes programas se encaixavam (em semanas de amostra de 1962 a 1979) e quantos minutos esses gêneros ocupavam na programação (usando anúncios de programas nos jornais), comparando isso para o horário nobre versus o dia todo, adicionando de onde esses programas vieram (Brasil, Estados Unidos ou outro lugar) e, em seguida, criando um índice que vinculava esses números de análise de conteúdo às audiências do Ibope para os programas. Isso criou uma medida que chamei de horas de audiência, que mostrava não só quantas horas de televisão e quais gêneros vinham do Brasil ou dos EUA, mas também quantas pessoas assistiam a cada gênero.

Comecei a trabalhar nisso e percebi que também precisava fazer uma história da indústria. Precisava estudar cuidadosamente a história da TV Globo, e também da TV Rio, TV Tupi, TV Record e TV Excelsior, a fim de entender

de que forma mais ampla a televisão se desenvolveu no Brasil. Tive a sorte de encontrar a maioria das fontes originais de que precisava no arquivo público do jornal *O Estado de S. Paulo*. Foi como se alguém tivesse me dado um presente de Natal gigante quando entrei no arquivo do jornal e vi como ele era bem organizado. Alguém já havia organizado arquivos de recortes não só do próprio Estado de São Paulo, como também de uma dúzia de outros jornais, acerca de temas como a história da TV Tupi de 1951 a 1960. Eu podia pagar para fotocopiar o que quisesse para ter o histórico de que precisava. Esse se tornou o elemento central da minha tese, com histórias aprofundadas de cada emissora e dos principais gêneros da telenovela e *shows de auditório*.

INTERCOM

Tanto a USP/ECA quanto a INTERCOM continuaram a expandir meus horizontes de compreensão da mídia brasileira. Tive muitas conversas com Carlos Eduardo Lins da Silva sobre o impacto da TV Globo, segundo o ponto de vista dele, em sua própria tese de doutorado sobre a recepção da Globo nas comunidades operárias no Sudeste e no Nordeste do Brasil (Silva, 1985). Também conversei com pessoas como Cesar Bolaño sobre uma perspectiva mais crítica do papel da indústria da publicidade na televisão (Bolaño, 1988). A minha pós-graduação havia me dado uma visão estruturalista, mas não particularmente marxista, de como funcionam as estruturas das relações internacionais, embora eu estivesse lendo obras sobre o imperialismo e a dependência culturais. Muito do que eu aprendi no Brasil sobre economia política foi de pessoas como Cesar Bolaño e organizações que se concentravam mais em coisas como economia política, paralelamente à INTERCOM.

A MINHA PRIMEIRA APRESENTAÇÃO ACADÊMICA FOI NA INTERCOM

Depois dos meus primeiros três anos no Brasil, de 1976 a 1979, voltei aos EUA para trabalhar para o Departamento de Estado, no departamento de pesquisa, analisando a mídia e a opinião pública na América Latina, o que foi útil; aprendi muitas coisas úteis lá, particularmente sobre métodos de pesquisa, e tive bom acesso a muitos livros úteis da Biblioteca do Congresso. Terminei minha tese em 1981 e voltei ao Brasil em 1982 para fazer uma apresentação na INTERCOM. Foi a minha primeira apresentação acadêmica de um artigo, e fiquei um pouco nervoso. Não tinha certeza de como o meu argumento seria recebido.

O que eu descobri foi que, estruturalmente, a Globo foi muito influenciada pela sua interação com a *Time Life* e com a indústria da publicidade, tornando-se, assim, uma indústria de mídia comercial dominante, enfatizando o entretenimento

e trabalhando com o governo militar para ajudar a criar uma economia de consumo, como temiam os pesquisadores de economia política. Por outro lado, eu queria falar sobre os aspectos culturais da indústria, que eram pouco estudados. Havia uma crença generalizada no Brasil de que o país era inundado por programação enlatada importada dos Estados Unidos. Minha pesquisa foi mais empírica, sobre o desenvolvimento dos principais gêneros televisivos ao longo do tempo, de 1963 a 1979, quem os produzia, o que era feito no país e o que era importado e quantas pessoas assistiam. Eu encontrei um padrão de ligeiro declínio da quantidade total de programação americana no Brasil. Esse declínio era mais rápido na TV Globo, que estava substituindo cada vez mais a programação americana pela programação brasileira em diferentes partes da transmissão diária, uma vez que suas próprias pesquisas mostravam uma maior demanda por programação nacional (Wallach, 2011). No entanto, se levássemos em conta apenas o volume global de programas americanos importados em todos os canais, ele continuava a ser elevado porque várias das redes menores faziam contraposição à programação da TV Globo utilizando séries e filmes americanos de baixo custo. Criei um índice, horas de audiência, calculando a quantidade de programação em diferentes gêneros dos EUA e do Brasil pela audiência de cada um segundo o Ibope. Ao verificar o que as pessoas estavam realmente assistindo, constatava-se que o tempo que as pessoas passavam assistindo a televisão americana estava caindo rapidamente. Com um pouco de ousadia, intitulei a minha palestra “O declínio da influência americana na televisão brasileira.” Alguns dos meus amigos economistas políticos contestaram a ideia porque a economia política, ou a estrutura básica, da televisão brasileira era de fato muito influenciada pelos Estados Unidos, mas o que eu estava discutindo era a programação, as influências culturais e políticas que chegavam às pessoas através da televisão. E lá eu vi uma mudança interessante acontecer, com mais e mais programação brasileira, de qualidade relativamente alta, sendo produzida e disseminada para um público que cada vez mais preferia os programas nacionais (Straubhaar, 1984).

Lembro-me de estar um pouco assustado com qual seria a reação. Era uma atitude um pouco atrevida da parte de um estrangeiro chegar e contradizer o que muitas pessoas achavam saber sobre o fluxo televisivo para o Brasil. Porém, ao terminar a apresentação do artigo, fiquei bastante impressionado com a consideração da reação do pessoal da INTERCOM, em particular a de José Marques de Mello, que, juntamente com várias outras pessoas, disse essencialmente: “Bem, isso é interessante. Não é o que achávamos que estava acontecendo, mas você apresentou evidências muito boas, vamos pensar a respeito.” Tivemos um ótimo debate, provavelmente uma das conversas acadêmicas mais divertidas que já tive. Ela me fez pensar: “Eis aqui um grupo de pessoas com quem posso ter

um relacionamento acadêmico vitalício, aprender e trocar ideias.” Isso me deu a sensação muito promissora de que eu tinha lar na academia brasileira para as coisas nas quais eu estava interessado em trabalhar.

Outras pessoas achavam o mesmo. Emile McAnany me disse que “José Marques abriu uma grande rede de pessoas/ideias para mim e para outros. José Marques era a figura central na ECA e no Brasil, no meu juízo.” Raul Fuentes Navarro, do México, me disse que

“a ECA tem sido muito importante na constituição e no desenvolvimento de várias associações acadêmicas e profissionais influentes na área, dentro de espaços brasileiros, latino-americanos e até globais. Não só José Marques de Melo, mas Margarida Kunsch, Ismar de Oliveira Soares e Immacolata Vassallo, entre outros, estão criando e fortalecendo laços com o mundo todo.” Guillermo Orozco Gomez disse: “Entre outras coisas, eu reconhecera como um marco da ECA o estudo das telenovelas. A ECA foi pioneira na América Latina na abordagem acadêmica da ficção televisiva e continua a fazê-lo através do OBITEL.” Milly Buonano disse: “Falando do OBITEL, embora a Eurofiction tenha sido uma inspiração (da qual tenho orgulho), a ECA — especialmente na pessoa de Maria Immacolata Vassallo — conseguiu torná-lo uma grande e duradoura empreitada de pesquisa colaborativa, um verdadeiro modelo e ponto de referência no cenário internacional da pesquisa midiática contemporânea. Também vale a pena mencionar os laços fortes e frutíferos que a ECA estabeleceu com escolas de comunicação, como La Scuola Fiorentina della Comunicazione, e estudiosos da mídia na Itália e em outros países¹.”

¹Todas as citações são de correspondências pessoais com Joseph Straubhaar.

Começaram a existir centros de pesquisa muito interessantes em todo o Brasil. Um dos que ajudou vários pesquisadores internacionais foi o Núcleo de Pesquisa de Telenovela, com Anamaria Fadul e Cida Bacega. Atualmente, ele é o CETVN, Centro de Estudos de Telenovela, dirigido por Immacolata Lopes.

Através da INTERCOM, comecei a conhecer várias pessoas em várias escolas importantes em ascensão, que estavam fazendo diversos trabalhos no estudo da comunicação. O número de pessoas trabalhando em vários temas estava começando a crescer. Entre as pessoas com quem conversei nessas organizações e os artigos e livros que eu estava lendo na Biblioteca da ECA, ou encontrando nas livrarias, fiquei fascinado com alguns campos que eram bastante novos para mim, como a semiótica, a linguística estrutural e a análise do discurso. Todos eles me deram as bases para entender criticamente como a mídia estava se desenvolvendo no Brasil e no mundo latino-americano em geral, especialmente à medida que a INTERCOM crescia e começava a incluir outros latino-americanos e pessoas da Península Ibérica. Além disso, a rede ALAIC começou a crescer, na qual o Brasil teve um papel forte.

Uma das coisas que me fascinou foi a ligação da INTERCOM com as associações latino-americanas que cresciam na época e as associações lusófonas, como a LUSOCOM e suas respectivas ligações com a Europa, especialmente Portugal e Espanha. Foi uma maneira fascinante de construir toda uma rede acadêmica mundial que se ramificou do Brasil. Isso me deu uma perspectiva sobre como a mídia global funcionava, que muito poucos americanos tiveram o privilégio de ver, em parte porque eu já vinha conhecendo pessoas no Brasil há anos e elas tiveram a gentileza de abrir suas redes e me apresentar a muitas pessoas na IAMCR, ALAIC etc. Foi uma verdadeira expansão do que eu sabia sobre a mídia global, encontrar grandes teóricos como Jesús Martín-Barbero (e suas ideias sobre o popular nacional) antes de serem disponibilizados em tradução nos Estados Unidos. Pude constatar o grande valor de ter uma literatura que evoluiu em espanhol e português, refletindo ideias fundadas nessas culturas e línguas, e as experiências históricas dos países latino-americanos e ibéricos.

Lembro-me do meu fascínio por tantas coisas interessantes que estavam sendo ditas no Brasil e em outros lugares da América Latina que nunca chegariam ao discurso acadêmico global que acontece em inglês. De certa forma, tive muita sorte de ter acesso a isso, mas também me senti um pouco triste por mais pessoas não saberem de todo esse trabalho interessante. No entanto, isso está mudando lentamente. Fui a uma reunião, em outubro de 2022, de uma das minhas associações acadêmicas favoritas, a Global Fusion, que é co-patrocinada por cerca de seis escolas de pós-graduação americanas para se concentrar na comunicação internacional. Esta reunião foi organizada pela Temple University, que realizou um simpósio fascinante com várias pessoas da América Latina, uma do Oriente Médio e uma do Reino Unido, para falar sobre Jesús Martín-Barbero, seu legado e o quanto ele os afetou. Nos estudos televisivos, o OBITEL fez um excelente trabalho nos seus congressos anuais e nas suas publicações anuais, incluindo traduções para o inglês. Isso tem sido de valor inestimável para disponibilizar uma fonte acessível para os pesquisadores da televisão de todo o mundo que não falam espanhol ou português. Há também um número crescente de periódicos, como **MATRIZes** e o Journal of Latin American Communication Research (publicado pela ALAIC), que também contam com traduções para o inglês. ■

REFERÊNCIAS

- Bolaño, C. (1988). *Mercado brasileiro de televisão*. Federal University of Sergipe Press.
- Calmon, J. (1966). *Duas invasões: O livro negro da invasão branca*. O Cruzeiro.
- Camargo, N., & Pinto, V. B. N. (1975). *Communication policies in Brazil*. Unesco.

- Cardoso, F. H., & Faletto, E. (1979). *Dependency and development in Latin America*. University of California Press.
- Dorfman, A., & Mattelart, A. (1972). *Para leer al pato Donald: Comunicación de masa y colonialismo*. Siglo XXI.
- Evans, P. B. (1979). *Dependent development: The alliance of multinational, state and local capital in Brazil*. Princeton University Press.
- Grupo de Mídia. (1978). *Concentração econômica e mídia* [Paper presentation]. 3º Congresso Brasileiro de Propaganda, São Paulo, São Paulo, Brazil.
- Hall, S. (1977). Culture, the media and the 'ideological effect'. In J. Curran, M. Gurevitch, & J. Woollacott (Eds.), *Mass communication and society* (pp. 315-348). Edward Arnold.
- Hertz, D. (1987). *A história secreta da Rede Globo*. Tche.
- Horkheimer, M., & Adorno, T. (1972). *The culture industry: Enlightenment as mass deception*. Herder and Herder.
- Katz, E., & Wedell. (1976). *Broadcasting in the third world*. Harvard University Press.
- Lerner, D. (1958). *The passing of traditional society: Modernizing the Middle East*. The Free Press.
- Mattos, S. A. S. (1990). *Um perfil da TV Brasileira (40 anos de história: 1950-1990)*. Associação Brasileira de Agências de Propaganda.
- Miceli, S. (1972). *A noite da madrinha*. Perspectiva.
- Milanesi, L. A. (1978). *O paraíso via Embratel*. Paz e Terra.
- Newcomb, H., & Hirsch, P. (1983). Television as a cultural forum: Implications for research. *Quarterly Review of Film Studies*, 8(3), 45-55.
- Nordenstreng, K., & Varis, T. (1974). *Television traffic: A one-way street? A survey and analysis of the international flow of television programme material*. Unesco.
- Ribke, N. (2011). Decoding television censorship during the last Brazilian military regime. *Media History*, 17(1), 49-61.
- Schiller, H. I. (1969). *Mass communication and American empire*. Beacon.
- Schramm, W. (1964). *Mass media and national development*. Stanford University Press.
- Silva, C. E. L. (1985). *Muito além do Jardim Botânico*. Summus.
- Sodré, M. (1972). *A comunicação do grotesco*. Vozes.
- Straubhaar, J. (1984). Brazilian television: The decline of American influence. *Communication Research*, 11(2), 221-240.
- United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. (1978). *Many voices, one world*. Unesco.
- Wallach, J. (2011). *Meu capítulo na TV Globo*. Topbooks.

O “percurso do reconhecimento” nos estudos da comunicação

The course of recognition in communication studies

LAAN MENDES DE BARROS^a

Universidade Estadual Paulista “Julio de Mesquita Filho”. Bauru – SP, Brasil

RESUMO

O deslocamento “dos meios às mediações”, proposto por Martín-Barbero, na formação de um comunicador comunicólogo e seu percurso de reconhecimento são tratados neste artigo a partir das reflexões de Paul Ricoeur sobre o “percurso do reconhecimento” e sobre as questões de identidade, ipseidade e alteridade, na compreensão de “si-mesmo como outro”. Traz autorreflexões sobre o percurso intelectual do autor e seu reconhecimento como comunicólogo, discute os estudos de comunicação no contexto de midiatização da sociedade e investe nas articulações entre comunicação e experiência estética, para “socializar o sensível” e “sensibilizar o social”, nas palavras de Herman Parret, como “estratégias sensíveis”, na linha do que propõe Muniz Sodré.

Palavras-chave: Mediações, midiatização, percurso do reconhecimento, comunicação, experiência estética

ABSTRACT

The displacement “from the media to mediations”, proposed by Martín-Barbero, in the formation of a communicologist communicator and his path of recognition, based on Paul Ricoeur’s reflections on the “course of recognition” and on the questions of identity, ipseity and otherness, in the comprehension of “oneself as another”. Self-reflections on this intellectual course and on this recognition as a communicologist. Communication studies in the context of mediatization of society, and articulations between communication and aesthetic experience, “socializing the sensible” and “sensibilizing the social”, as said by Herman Parret, and as “sensitive strategies”, in the words of Muniz Sodré.

Keywords: Mediations, mediatization, course of recognition, communication, aesthetic experience

^a Professor e pesquisador da Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design da Universidade Estadual Paulista “Julio de Mesquita Filho” (FAAC-Unesp). Pós-doutor em Ciências da Comunicação pela Université Stendhal – Grenoble 3, na França. Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-2429-9716>. E-mail: laan.m.barros@unesp.br

*Y así nos reconocemos
Por el lejano mirar
Por la copla que mordemos
Semilla de inmensidad
Atahualpa Yupanqui*

RECONHECIMENTO. MAIS QUE uma etapa de estudos da comunicação e de construção de conhecimentos, a minha estada no Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (PPGCOM-ECA/USP) representou para mim a abertura para um percurso do reconhecimento, no termo que alguns anos mais tarde eu viria a conhecer pela leitura da obra de Paul Ricœur. E essa ideia de reconhecimento pode ser aplicada à própria concepção da comunicação quando tomada como fenômeno interacional, na qual sujeitos de ação se encontram em interlocução, consensos e dissensos. Em especial, ao observar que a sociedade atual está em um processo cada vez mais intenso de midiaticização, conforme problematizam Braga (2006) e Hjarvard (2014), ao analisarem as mudanças sociais e culturais de nossos tempos, constatei que a construção do conhecimento implica dinâmicas de reconhecimento por parte desses sujeitos em seus processos de interação comunicacional.

Naqueles primeiros anos da década de 1990, durante o meu doutorado no PPGCOM da ECA, as leituras propostas pela professora Maria Immacolata Vassalo de Lopes me levaram ao deslocamento “dos meios às mediações”, conforme propunha Jesús Martín-Barbero (1987) ao identificar e definir as “mediações culturais da comunicação”. Trata-se de uma concepção teórico-epistemológica que se desdobrou em vários mapas e, até mesmo, em uma segunda formulação: das “mediações comunicacionais da cultura” (Martín-Barbero, 2004), que se soma à primeira. As aulas de História das Teorias da Comunicação, com o saudoso professor João Aloísio Lopes, fizeram com que eu me reconhecesse não mais apenas como um comunicador, mas também como comunicólogo. Os questionamentos apresentados pela professora Cremilda Medina me desafiaram a pensar a comunicação desde uma perspectiva plural e dialética, interdisciplinar. Os encontros com a também saudosa professora Jerusa da Pires Ferreira reforçaram em mim as conexões que eu já ensaiava entre comunicação e cultura popular, literatura, música e artes em geral. Os diálogos com os professores Ismar de Oliveira Soares, Mauro Wilton de Souza, Adilson Odair Citelli e com a saudosa professora Elza Dias Pacheco renovaram o meu interesse nos estudos de recepção e meu compromisso com a educação, que eu já trazia de meu mestrado, realizado sob orientação do professor Luiz Roberto Alves, ainda na

Metodista. Foram vários os docentes com os quais convivi naquele período e muitos colegas de sala de aula, alguns com os quais mantenho interlocução até hoje e que me servem de referência e leitura.

Reconheço que o PPGCOM da ECA-USP é uma matriz para a minha formação, como o é para muita gente. É um lugar onde pude construir conhecimentos e as bases para que eu pudesse desenhar o meu percurso de reconhecimento como um comunicólogo interessado em articular comunicação e experiência estética (Barros, 2014a), bem como a pensar a “comunicação sem anestesia” (Barros, 2017), como mais tarde eu pude elaborar e nos últimos anos busco fundamentar em articulações entre comunicação, estética e política.

Eu já vinha trabalhando com a disciplina Teorias da Comunicação quando ingressei no PPGCOM da ECA-USP. Mas foi a partir do período de doutorado que eu pude compreender de maneira mais densa, ampla e complexa quais são as delimitações do nosso campo de estudos e as especificidades, sempre transitórias, de nossos objetos de estudo. As vivências e convivências com docentes e colegas com os quais eu pude compartilhar o dia a dia da sala de aula me levaram a construir, durante aqueles anos e ao longo de minha já longa carreira docente, a consciência de que o processo de reconhecimento é algo contínuo que demanda uma constante redescoberta de si mesmo. Assim, aquela experiência de estudo, vivida entre 1989 e 1994, segue bem presente em meu percurso profissional, que sempre se renova, dada a oportunidade que tenho de conhecer e conviver com novos estudantes a cada novo período letivo, dada a diversidade e constante atualização de temáticas de pesquisa que tenho orientado.

Ao relembrar a minha passagem pelo PPGCOM da ECA-USP – programa que completa 50 anos de existência, com formação de tantos quadros –, reconheço a sua importância na construção do pensamento comunicacional brasileiro. Ao narrar aqui um pouco dessa história, eu destaco duas de minhas bases teórico-epistemológicas, advindas de leituras de Jesús Martín-Barbero e de Paul Ricœur, com breves articulações com outros autores e diálogos com pesquisadores e pesquisadoras que têm se ocupado das ideias de ambos, que me servem de contraponto para problematizações e questionamentos sobre nosso campo de estudos. Ao narrar minhas leituras, de certa forma, eu me narro e me reconheço, como nos propõe Paul Ricœur ao debater a ideia do ver e do dizer, do narrar e se reconhecer.

DA MEDIAÇÃO ÀS MEDIAÇÕES, “DO TEXTO À AÇÃO”

O deslocamento epistemológico proposto por Martín-Barbero (1987) trouxe novas perspectivas para a compreensão dos estudos no campo da Comunicação,

que acabaram por fortalecer minha – nossa – identidade latino-americana. Provocou, também, um incômodo, um salutar arredamento de nossas zonas de conforto, obrigando-nos a superar a linearidade da crítica mais fatalista em relação à “indústria cultural” e a superficialidade da visão instrumental funcionalista, de forma que pudéssemos apostar nas possibilidades de emancipação do espectador, como nos propõe Jacques Rancière (2012), algo que já estava nas bases do pensamento de Martín-Barbero, dada a sua aproximação às proposições pedagógicas libertárias de Paulo Freire.

Mais que um modelo de categorias estanques, as mediações mapeadas por Martín-Barbero se configuraram como chaves dinâmicas para o exame de fenômenos que estão em constante transformação, como aqueles com os quais nos ocupamos no campo da Comunicação. Assim, entendo que não cabe o uso do termo no singular, como rótulo e mera classificação. Não se trata de mediação isso ou mediação aquilo. São mediações culturais e comunicacionais que se retroalimentam e tensionam entre si. Devem ser pensadas “*de mediações em mediações*”, como sugere Girardi Júnior (2018) ao discutir a questão da tecnicidade nos mapas de Martín-Barbero. Quando se utiliza o termo no singular, fica prejudicada a ideia de deslocamento para as mediações; a ênfase permanece nos meios e é como se estivesse a falar *dos meios à mediação*, ou mesmo *da mediação à mediação*. As mediações estão para além dos meios, mesmo quando tomadas como “mediações comunicacionais da cultura” (Martín-Barbero, 2004)¹. Elas devem ser tomadas como dispositivos que modulam e matizam as interações comunicacionais e atuam nos processos de produção de sentido, seja no plano da poética da produção, seja no plano da “estética da recepção”, como formulam os pensadores da Escola de Konstanz.

Como bem identifica Maria Immacolata Lopes (2018, p. 51), “a cartografia barberiana diz respeito a um método estratégico-rizomático e as mediações devem ser vistas como dispositivos que se entrecruzam em constante movimento de mutação, renovação e atualização”. Seja na perspectiva das “mediações culturais da comunicação”, dos primeiros mapas, ou das “mediações comunicacionais da cultura”, que surgiram em etapas posteriores, já no contexto dos questionamentos sobre uma eventual volta das mediações aos meios, Martín-Barbero nos oferece uma estratégia consistente para pensar a comunicação e a cultura na sociedade midiaticizada. Se existem “mediações culturais da comunicação”, isto é, se a cultura modela, modula e tensiona os processos comunicacionais e está também presente no âmbito da produção de sentido das dinâmicas de produção e recepção midiática, por outro lado, é preciso reconhecer que existem “mediações comunicacionais da cultura”, pois a comunicação é componente estruturante da cultura contemporânea. E isso se dá não apenas no

¹ Aliás, aqui também a tradução das “mediaciones comunicacionales de la cultura”, propostas por Martín-Barbero (2004), como “mediações comunicativas da cultura”, na publicação brasileira de *Ofício de Cartógrafo*, compromete a compreensão do deslocamento proposto pelo pensador espanhol-colombiano. Não se trata de aparatos ou mecanismos que produzem comunicação, mas de estruturas e dispositivos que se dão no âmbito comunicacional.

plano da infraestrutura, mas também da superestrutura, como fica marcado na ideia de mediação da sociedade. Aliás, o segundo movimento da teoria de Martín-Barbero, das “mediações comunicacionais da cultura”, guarda certa sinonímia com a ideia de mediação da sociedade, de mediação da cultura. Como projeta Gislene Silva (2012), seria possível conciliar os conceitos de mediações e mediação a partir do conceito reformulado de “*bios midiático*”, de Muniz Sodré (2002).

A navegação pelos mapas de Martín-Barbero me levou, como a muitos, a estabelecer articulações com os estudos culturais da Nova Esquerda inglesa. Era necessário que nos aprofundássemos nas leituras de Richard Hoggart, Raymond Williams, Edward Palmer Thompson e Stuart Hall e de suas heranças gramscianas. Ana Carolina D. Escosteguy (2018) registra com detalhes essas afinidades entre os pensadores da Escola de Birmingham e as proposições de Martín-Barbero e outros autores latino-americanos. Dentre eles, destaco as classificações propostas por Guillermo Orozco Gómez (2005), a partir da cartografia desenhada por Martín-Barbero, que me ajudaram em exercícios de aplicação junto a estudantes de Comunicação. São elas: mediações tecnológicas, cognitivas, situacionais, referenciais e institucionais.

Ou seja, o paradigma das mediações que me foi apresentado no PPGCOM da ECA-USP, há quase 30 anos, ainda me serve de base teórico-epistemológica para minhas pesquisas, orientações e atividades docentes. Pensar a comunicação a partir da cultura, com base nos estudos culturais britânicos e latino-americanos (Lopes, 2014), é um exercício que me mobiliza e uma perspectiva na qual eu me reconheço, que integra o meu pensar-fazer comunicacional.

Porém, algo me chamou a atenção quando passei a estudar com mais atenção a obra de Martín-Barbero: o fato de ele ter sido aluno de Paul Ricœur, na França. Para além da sociologia da cultura dos culturalistas britânicos, pareceu-me necessário conhecer um pouco da vasta obra do pensador francês. Afinal, boa parte da teoria das mediações se aplica ao debate sobre os processos de interpretação dos discursos midiáticos e aos estudos sobre produção de sentidos desde a perspectiva da recepção. Além dos aportes de uma antropologia cultural, era preciso compreender algo da contribuição da hermenêutica à teoria das mediações – seja no que se refere à produção de sentido relacionada às perspectivas da produção e da recepção, seja nas questões relativas à identidade e alteridade – para compreender a fundo a ideia de mediações que vale ser articulada às reflexões hermenêuticas de Paul Ricœur, que têm muito a ver com o pensamento de Martín-Barbero. Aliás, o próprio deslocamento “dos meios às mediações”, que dá nome à sua obra paradigmática, se aproxima do desdobramento “do texto à ação” problematizado por Ricœur (1991), em obra assim intitulada. Quando a produção de sentidos

não fica limitada aos continentes da *poiesis*, dos produtos veiculados na mídia, mas se desdobra na experiência estética da percepção, no âmbito da *aisthesis*, nas dinâmicas da recepção, marcada por mediações culturais e comunicacionais, o texto se desdobra em ação, em experiência de reconhecimento e afirmação de sujeitos ativos na sociedade.

Quando o sujeito narra, ele se narra e, assim, constrói sua subjetividade, torna-se um autor, ou seja, mais que um espectador passivo. Quando a experiência estética se converte em experiência poética (Barros, 2019a) – em um continuum entre *poiesis* e *aisthesis* –, o sujeito constrói o reconhecimento de si e do outro, de “si-mesmo como outro” (Ricoeur, 2006). Os pesquisadores de educomunicação da ECA-USP, já nomeados no início deste texto, na esteira de Mario Kaplún, investiram em uma nova *práxis* da comunicação que implica dar voz – e acesso aos aparatos midiáticos – para que sujeitos muitas vezes silenciados pudessem narrar suas histórias, pudessem narrar-se e, assim, assumir a autoria de seu percurso do reconhecimento. E essa narrativa, marcada por temporalidades e territorialidades concretas, por um diversificado leque de mediações culturais, tem a potência do empoderamento. A identidade que se constrói com a narrativa, ou a “identidade narrativa”, como define Ricoeur (1988, 2010), pode ser pensada como lugar de articulação entre afeto e política, o que Rancière (2005) vai chamar de “partilha do sensível”.

E no caso de um educador, que se assume “mestre ignorante”, nos termos de Rancière (2015), uma vez mais, a possibilidade de emancipar espectadores e de formar comunicadores comunicólogos (Barros, 2014b), que articulem e tensionem o fazer e o pensar comunicacional, não deixa de ser um desafio e um compromisso.

Em tempos de discursos de ódio, cancelamento e desinformação, é preciso apostar e investir em uma *comunicação sem anestesia* que se afirme como experiência estética e possa, como nos propõe Parret (1997, p. 197), ao mesmo tempo, “socializar o sensível e sensibilizar o social”. Mas não cabe, é claro, trabalhar essas relações de maneira romântica e irênica. A partilha do sensível é feita de consensos e dissensos, harmonias e dissonâncias, negociações, resistências e assimilações. E ela se dá no contexto da cultura e da política. Ela se dá em relações de “transculturização”, como Octavio Ianni (2000, p. 107) define o resultado dos processos de conquista e dominação, ou mesmo de interdependência e acomodação. São partilhas que transformam a realidade, provocam mudanças na pólis. São partilhas que se dão no plano do comum, em sua pluralidade, e que nos permitem compreender a diversidade de outros com os quais se convive, não em busca de igualdade, mas de alteridade na diversidade. Para Muniz Sodré (2006, p. 69) “o comum é a sintonia sensível das singularidades, capaz de produzir uma similitude harmonizadora do diverso”.

PRODUÇÃO DE SENTIDO, IDENTIDADE E ALTERIDADE

A questão do reconhecimento tão cara para Ricœur, trazida em relevo neste texto, e suas articulações entre narrativa e tempo, entre identidade e alteridade, entre a potência do narrar e a potência do agir guardam proximidade com as fundamentações da teoria das mediações de Martín-Barbero.

Compreender as dimensões do reconhecimento propostos por Paul Ricœur em conferências realizadas em 2001 e 2002 em Viena e Friburgo, reunidas no livro *Percurso do Reconhecimento* (Ricœur, 2006), pode nos ajudar nestas articulações entre mediações, produção de sentido e reconhecimento. Para tanto, retomo aqui, de maneira resumida, um texto que intitulei de *O “Percurso do Reconhecimento” para Tempos de Ódio: Estesia e Produção de Sentidos em Paul Ricœur* (Barros, 2020). O livro de Ricœur traz três estudos. O primeiro fala do *reconhecimento como identificação*, do processo de identificação de algo ou alguém e de reconhecer “uma coisa considerada a mesma na diversidade de suas ocorrências”, como define Ricœur (2006, p. 116). Trata-se, como escrevi, de “identificar uma coisa como algo que já faz parte do repertório de quem reconhece, de identificar o outro como alguém já conhecido. Reconhecer, nessa angulação, é colocar novamente na mente, é reelaborar o que já foi uma vez elaborado mentalmente” (Barros, 2020, p. 191). No plano de um juízo prático, trata-se de distinguir, de reconhecer que um não é o outro, de um exercício de classificação, de seleção. Ricœur identifica essa dimensão do reconhecimento no plano da “mesmidade”, ou da “identidade *idem*”.

O segundo estudo traz a ideia do reconhecimento como *reconhecer-se a si mesmo*, como autoidentificação. “Nessa angulação o sujeito reconhece suas idiossincrasias e capacidades e nelas se reconhece como indivíduo. Nela o sujeito reconhece a sua identidade singular” (Barros, 2020, p. 191). Ricœur chama essa dimensão de identidade *ipse*, pois envolve o reconhecimento do sujeito, de seu Eu, e se fazer reconhecer. Nessa perspectiva, “o reconhecimento acontece na dialética entre ‘poder narrar e narrar-se’, numa identidade narrativa que coloca a identidade *idem* em relação dialética com a identidade *ipse*, do *eu sou*” (Barros, 2019b, p. 44). Nesta dimensão estão bem marcadas as relações entre tempo e discurso, que são trabalhadas por Ricœur (2010) em *Tempo e Narrativa*. No segundo capítulo de *Percurso do reconhecimento*, o reconhecimento é tratado como uma identidade móvel, considerada em sua temporalidade histórica e pela natureza mutável do ser em situação, em ação. O reconhecimento nesta dimensão tem a ver com o ser no tempo, numa expressão da *ipseidade*.

Ricœur completa o percurso com o *reconhecimento mútuo*, em um mais um tensionamento dialético, “agora entre identidade e alteridade, dimensão que ele já havia trabalhado em *O si mesmo como um outro*” (Barros, 2020, p. 192).

Esta perspectiva expressa o sentido primeiro da comunicação, presente na expressão *tornar comum* do verbo latino *communicare*. Trata-se “de reconhecer o outro e se reconhecer no outro, de reconhecer um Eu na diversidade do Outro, numa relação de reciprocidade e mutualidade, que implica o reconhecimento da igualdade de direitos entre os sujeitos de uma sociedade” (Barros, 2020, p. 192).

O meu percurso de reconhecimento, marcado de forma definidora pelo período de doutorado na ECA-USP, trouxe essa dimensão da alteridade intensa que me leva a me reconhecer como um ser que carrega em si muitos outros, como nos ensina Ricoeur no conjunto de sua obra. Outros com os quais convivo no tempo presente, próximos e distantes, que me afetam e me transformam e com os quais discuto e disputo tempos e espaços. Outros que trago do passado, que me antecederam – meus ancestrais, minhas raízes étnico-culturais, convivências que tive e leituras que fiz –, que estão em mim; muitos que me formaram e seguem me formando. Outros, ainda, que ainda hão de vir, mas já estão presentes em minhas expectativas em relação ao futuro, em meus compromissos com o amanhã.

A ideia de *reconhecimento mútuo*, trazida por Ricoeur, nos leva a nos reconhecermos como sujeitos diferentes, a nos reconhecermos em nossas constituições dissimétricas, a nos reconhecermos no outro. E essa dimensão do reconhecimento nos leva a romper com as lógicas do individualismo e a nos reconhecermos como parte do coletivo. Ela nos desafia a pensar e fazer comunicação na chave da interação, do diálogo e da dialética. E, assim, podemos *com-versar* e *co-laborar* e *com-viver*. Podemos falar *com* o outro e não *para* o outro, como retomamos logo adiante neste texto e na perspectiva do diálogo, como elabora Merleau-Ponty:

Na experiência do diálogo, constitui-se um terreno comum entre outrem em mim, meu pensamento e o seu formam um só tecido, meus ditos e aqueles do interlocutor são reclamados pelo estado da discussão, eles se inserem em uma operação comum da qual nenhum de nós é o criador. (Merleau-Ponty, 1994, pp. 474-475)

Quando pensada na perspectiva do diálogo, a comunicação se dá entre sujeitos, em interlocução, e não em uma relação entre sujeito da ação e objeto que sofre a ação. Se assim nós nos reconhecemos, no contexto de nossas temporalidades e territorialidades, partilhamos sentidos e sensibilidades, como seres humanos sempre em transformação. Como afirma Lévinas (1993, p. 49), “a relação com o Outro me questiona, esvazia-me de mim mesmo e não cessa de esvaziar-me, descobrindo-me possibilidades sempre novas”.

Como escrevi em *O “Percurso do Reconhecimento” para Tempos de Ódio*, quando a comunicação é pensada na perspectiva da alteridade, “a produção de

sentidos se dá para além da mera exegese do que está contido nas mensagens. Ela se realiza no plano do reconhecimento, que surge nos exercícios da interpretação”. E a questão do entendimento “não se dá na perspectiva da explicação, mas da compreensão, pois implica a interpretação e a apropriação de sentidos que se revelam num processo de reconhecimento e diálogo entre sujeitos interlocutores” (Barros, 2020, p. 193). E, nesse sentido, de fato, a comunicação acontece, acontece comunicação.

Ao discutir as questões de identidade, em uma dialética entre o *idem* e o *ipse*, Ricœur confronta também identidade e alteridade e sustenta que a questão da identidade tem “uma dupla vertente, privada e pública”. O autor nos lembra que “uma história de vida se mistura à história de vida de outros” (Ricœur, 2006, p. 118), algo bem verdadeiro na narrativa que se apresenta neste artigo.

Embora Ricœur defenda uma complementaridade, ou mesmo uma reciprocidade entre o explicar e o compreender, quando trabalha hermeneuticamente com a interpretação de textos, no âmbito da comunicação e das narrativas mediatizadas – que combinam linguagens e acionam mediações culturais –, a produção de sentido parece se dar mais na chave da compreensão. Se tomamos o espectador como sujeito emancipado e ativo em sua experiência de percepção, o sentido não se limita ao texto, mas se desdobra no contexto em que se encontram os espectadores, em que acontece a circulação das narrativas e os processos de apropriação. Assim, o entendimento visto como compreensão parece corresponder melhor às dinâmicas de interpretação em um plano semântico-pragmático, no tempo-espaço em que acontecem a percepção e a partilha do sensível.

E tal ênfase na compreensão e nos fluxos e mediações comunicacionais nos coloca, uma vez mais, frente à questão ontológica do *si-mesmo* como outro, apresentada por Ricœur, em articulações com o paradigma das mediações proposto por Martín-Barbero. Dessa forma, a discussão semântico-pragmática, matizadas por um complexo de mediações culturais e comunicacionais, projeta-se no plano ético-estético. Segundo o pensador francês:

É no plano ético que o afetar do si pelo outro assume os traços específicos que dizem respeito tanto ao plano propriamente ético quanto ao plano moral marcado pela obrigação. A própria definição de ética que propusemos – bem viver com e para outrem em instituições justas – não é concebível sem que o projeto de bem viver seja afetado pela solicitude ao mesmo tempo exercida e recebida. (Ricœur, 2014, p. 390)

E nesse contexto, Ricœur (2014, p. 391, grifo do autor) nos indaga: “A questão aqui é saber que nova figura da alteridade é convocada por esse afetar do *ipse*

pelo outro; e, por implicação, que dialética entre o Mesmo e o Outro atende ao requisito de uma fenomenologia do si *afetado* pelo outro que não o si”. Esses afetos compartilhados nos processos de comunicação, em movimentos de ir ao encontro do outro, nos levam ao plano da compreensão, da partilha sensível que se dá na esfera do comum, do comunitário. E, mais ainda, a ideia de alteridade nos desafia a pensar o “bem viver”, como praticam e nos ensinam os povos originários, para além de uma lógica antropocêntrica trazida pelos colonizadores e cultivada pelo mercado, na qual a vida humana é compartilhada com outras formas de vida e com a própria natureza de forma sensível.

O *SENSUS COMMUNIS* NO CONTEXTO DE MUDIATIZAÇÃO DA SOCIEDADE

Na sociedade midiaticizada contemporânea, são múltiplos e complexos os mecanismos e possibilidades de interação comunicacional. E, nesse contexto, já não cabe a simples oposição entre mídia e sociedade, presente nas críticas à “indústria cultural”, ou a definição da mídia como mero instrumento das dinâmicas sociais, tomada no plano da infraestrutura. É preciso pensá-la, como já pontuamos, no âmbito da superestrutura. O processo comunicacional não se limita aos trânsitos entre o emissor e o receptor. Como propõe Braga (2006, p. 22), em *A Sociedade Enfrenta Sua Mídia*, para além das instâncias de emissão e recepção existe um “sistema de interações sociais sobre a mídia”, que ele descreve como um terceiro sistema.

Propomos, assim, desenvolver a constatação de *um terceiro sistema de processos midiáticos*, na sociedade, que completa a processualidade de midiaticização social geral, fazendo-a efetivamente funcionar como *comunicação*. Esse terceiro sistema corresponde *atividades de resposta* produtiva e direcionadora da sociedade em interação com os produtos midiáticos (Braga, 2006, p. 22, grifo do autor).

Trata-se, afirma Braga (2006, p. 27), de um “sistema de interação social sobre a mídia (seus processos e produtos)”, de um “sistema de circulação diferida e difusa”, no qual “os sentidos midiaticamente produzidos chegam à sociedade e passam a circular nesta, entre pessoas, grupos e instituições, impregnando e parcialmente direcionando a cultura”.

Tal concepção, que já havia sido explorada por Eliseo Verón (1971, 2004) entre 1960 e 1970, tem sido trabalhada por vários autores nos últimos anos. Stig Hjarvard (2014), por exemplo, voltou a sua atenção para a midiaticização

das instituições, trabalhando o *nível meso* dos processos culturais e sociais. Na Unisinos, um grupo ativo de pesquisadores desdobrou a temática da mediação em articulações teóricas e empíricas. Muniz Sodré trouxe o ser humano para o centro da discussão ao propor a existência de um *bios midiático*, em uma derivação das categorias propostas por Aristóteles como bios sociais, que são nossas esferas existenciais: do conhecimento, do prazer e da política. Sodré propõe a existência de uma quarta esfera – o *bios midiático*. Assim, dá a entender que a mídia não é um mero transmissor de informação, mas uma forma de vida. Para ele:

As práticas socioculturais ditas comunicacionais ou midiáticas vêm se instituindo como um campo de ação social correspondente a uma nova forma de vida, que propomos chamar de bios midiático. Essas práticas – uma espécie de antropotécnica eticista – não esgotam nem sistematizam o problema da vinculação, uma vez que dizem mais respeito propriamente à relação socialmente gerida pelos dispositivos midiáticos e, portanto, do mercado. (Sodré, 2002. p. 233)

E é nesse contexto de mediação da sociedade, de circulação “diferida e difusa” dos produtos da mídia, que se espalham e se entranham nos tecidos sociais, que se dão as disputas simbólicas e se constroem os consensos e dissensos. Na perspectiva das mediações, já discutida neste artigo, essas negociações se dão tanto no plano macro da sociedade, na formação da chamada opinião pública, quanto nos espaços comunitários, nas comunidades de apropriação. Assim, cabe problematizar a ideia de senso comum, presente nos estudos de comunicação e estética, de maneira que se possa compreender as apropriações que se dão nos espaços reais das instituições, dos movimentos e da comunidade. É nessa esfera do cotidiano que as pessoas se conhecem e se reconhecem. Ademais, esse espaço também se estrutura na lógica da mediação – ou das mediações comunicacionais da cultura.

Quando esse reconhecimento e experiência sensível se dão nas relações do cotidiano e da comunidade, dos grupos de apropriação, ocorre mais que um consenso social, mais que o *sensus communis*. Vale pensar as mediações comunicacionais da cultura como lugar de afirmação e reconhecimento, de afetos e saberes produzidos a partir de um “*sensus communalis*”, como nos sugere Herman Parret (1997) em *Estética da Comunicação*. Para ele, “o *sensus communis* é o *sensus* de uma comunidade que [...] não é nem argumentativa nem consensual: Ela é afetiva” (Parret, 1997, p. 197). Daí, então, a sua indagação-provocação: “por que, então, não estetizar o político a partir da ideia de temporalidade essencial da comunidade afetiva?” (Parret, 1997, p. 199).

Nesse contexto dialético, *Ângela Salgueiro Marques* (2011, p. 30) nos interpela:

Não seria a experiência estética também uma experiência problematizadora? As ações de “entregar-se a algo, ser tocado por algo e exercitar algo” não deixariam transparecer uma experiência da ordem da fruição, da transformação e da produção de algo novo? A experiência age, assim, como uma mediação que auxilia os sujeitos a terem acesso a um entendimento produzido sobre si mesmo, sobre os outros e sobre o mundo em que vivem.

Portanto, como considera a pesquisadora mineira considera que essa experiência, que é de reconhecimento de si-mesmo e do outro, pode ser chamada de estética, porque a percepção de si é marcada por afetos e por uma compreensão do compartilhamento da vida com outros. Como define *Maria Teresa Cruz* (1990, p. 63)², a experiência estética “oferece ao sujeito uma forma de experienciar uma consciência de si e dos horizontes da sua própria experiência do mundo”.

² Foi por meio do texto *A estética da recepção e a crítica da razão impura*, da autora portuguesa (*Cruz*, 1986), estudado nas aulas do doutorado da ECA-USP, que eu tive o primeiro contato com as teses da Escola de Konstanz, que até hoje me ajudam a valorizar a leitura como lugar privilegiado de produção de sentido.

A TÍTULO DE CONCLUSÃO

Os aprendizados construídos nos tempos do doutorado, no PPGCOM da ECA-USP, permitiram que eu compreendesse a comunicação como compartilhamento, muito além de transmissão. Como afirmei no texto *Vozes Que Dão Voz* (*Barros*, 2018, p. 185, grifo do autor), “a comunicação em si é interação, é relação de alteridade” e convém, portanto, pensá-la “no sentido do *falar com o outro*, e não no do *falar para o outro*”. Afinal, “essa é a acepção original do termo latino *communicare*, que nos sugere a ideia de partilha, de tornar comum”. E, nessa perspectiva, a relação interacional se afirma no reconhecimento da existência de um Outro que é sujeito, e não apenas objeto de minha ação, e que, mesmo diverso de mim, é meu semelhante, pois carrega em si um Eu. Trata-se, como argumentava, “de um jogo entre ipseidade e alteridade, de um processo que se dá na esfera do comum, dos sentidos partilhados” (*Barros*, 2018, p. 185).

Na linha do que discuti naquele texto, retomo nesta reflexão autobiográfica duas citações de *Paul Ricœur* que tensionam essas dimensões do reconhecimento: a ipseidade e a alteridade. Na primeira, do livro *Percurso do Reconhecimento*, *Ricœur* (2006, p. 165) nos adverte que “a luta pelo reconhecimento se perderia na consciência infeliz se não fosse dada aos humanos a possibilidade de ter acesso a uma experiência efetiva, embora simbólica, de reconhecimento mútuo, com base no modelo do dom cerimonial recíproco”. A segunda, do livro *O Si-Mesmo Como Outro*, aprofunda essa dimensão especular do reconhecimento do Outro

que existe no meu Eu e do Eu que existe no Outro. Para ele, “o outro não está condenado a permanecer um estranho, mas pode tornar-se meu semelhante, a saber, alguém que, como eu, diz ‘eu’” (Ricœur, 2014, p. 390).

Podemos, assim, pensar-fazer comunicação na chave da compreensão e romper com sistemas de negação da diversidade e de aniquilação do diferente, construindo alteridades em tempos de “alterocídio”. Como denuncia Achille Mbembe (2018, p. 27), a constituição do outro não como sujeito “*semelhante a si mesmo*, mas como objeto propriamente ameaçador, do qual é preciso se proteger, desfazer, ou ao qual caberia simplesmente destruir, na impossibilidade de assegurar seu controle total”. Ao falar sobre “o sujeito racial”, o pensador camaronês confronta a cultura de ódio que marca nossos tempos. Tempos nos quais, infelizmente, a incomunicação é predominante e disputa espaço com uma comunicação anestesiante, na qual sujeitos não se reconhecem.

Se pensarmos e praticarmos a comunicação como experiência estética, na perspectiva de interação, podemos nos reconhecer como sujeitos diversos e, ao mesmo tempo, semelhantes ou similares. É nesta perspectiva que a partilha sensível destas linhas se dá. (Co)Memorar é algo que nos constitui coletivamente. Relembrar é também ação de resistência e (re)existência. É oportunidade de nos reconhecermos em projetos comuns a muitos, como é o caso do PPGCOM da ECA-USP. ■

REFERÊNCIAS

- Barros, L. M. (2014a). A questão da experiência estética nos debates de epistemologia da comunicação. *Questões Transversais*, 2(3), 2-11.
- Barros, L. M. (2014b). Por uma práxis da comunicação na formação de um comunicador comunicólogo. *Comunicação & Sociedade*, 36(1), 133-155. <http://dx.doi.org/10.15603/2175-7755/cs.v36n1p133-155>
- Barros, L. M. (2017). Comunicação sem anestesia. *Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, 40(1), 159-175. <https://doi.org/10.1590/1809-5844201719>
- Barros, L. M. (2018). Vozes que dão voz: Mobilização, reconhecimento e alteridade na web. In M. R. Silva, C. M. C. Mendonça, C. A. Carvalho, J. E. O. Menezes, & M. G. P. Coelho (Orgs.), *Mobilidade, espacialidades e alteridades* (pp. 185-199). Edufba.
- Barros, L. M. (2019a). Experiencia estética y experiencia poética: La producción de sentidos en la cultura mediatizada. *Revista Iberoamericana de Comunicación*, (37), 131-148.
- Barros, L. M. (2019b). Mediações culturais na comunicação e experiência estética como estruturas de reconhecimento. In M. J. Baldessar, D. I. Monje (Orgs.), *Diálogos latino-americanos: Colóquios Brasil-Argentina* (pp. 35-50). Intercom.

- Barros, L. M. (2020). O “percurso do reconhecimento” para tempos de ódio: *Estesia e produção de sentidos em Paul Ricœur* [Apresentação de trabalho]. XV Congresso da Associação Latino-americana de Pesquisadores em Comunicação, Medellín, Colômbia.
- Braga, J. L. (2006). *A sociedade enfrenta a sua mídia: Dispositivos sociais de crítica midiática*. Paulus.
- Cruz, M. T. (1986). A estética da recepção e a crítica da razão impura. *Revista Comunicação e Linguagens*, 1(3), 67-75.
- Cruz, M. T. (1990). Experiência estética e esteticização da experiência. *Revista de Comunicação e Linguagens*, (12/13), 57-65.
- Escosteguy, A. C. D. (2018). Estudos culturais latino-americanos e Jesús Martín-Barbero: Mais afinidades do que disputas. *MATRIZes*, 12(1), 99-113. <https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v12i1p99-113>
- Girardi Júnior, L. (2018). De mediações em mediações: A questão da “tecnicidade” em Martín-Barbero. *MATRIZes*, 12(1), 155-172. <https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v12i1p155-172>
- Hjarvard, S. (2014). Mídiação: Conceituando a mudança social e cultural. *MATRIZes*, 8(1), 21-44. <https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v8i1p21-44>
- Ianni, O. (2000). *Enigmas da modernidade-mundo*. Civilização Brasileira
- Lévinas, E. (1993). *Humanismo do outro homem*. Vozes.
- Lopes, M. I. V. (2014). Mediação e recepção: Algumas conexões teóricas e metodológicas nos estudos latino-americanos de comunicação. *MATRIZes*, 8(1), 65-80. <https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v8i1p65-80>
- Lopes, M. I. V. (2018). A teoria barberiana da comunicação. *MATRIZes*, 12(1), 39-63. <https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v12i1p39-63>
- Marques, A. (2011). Comunicação, estética e política: A partilha do sensível promovida pelo dissenso, pela resistência e pela comunidade. *Galáxia*, (22), 25-39.
- Martín-Barbero, J. (1987). *De los medios a las mediaciones: Comunicación, cultura y hegemonía*. G. Gili.
- Martín-Barbero, J. (2004). *Ofício de cartógrafo: Travessias latino-americanas da comunicação na cultura*. Loyola.
- Mbembe, A. (2018). *Crítica da razão negra*. n-1.
- Merleau-Ponty, M. (1994). *Fenomenologia da percepção*. Martins Fontes.
- Orozco Gómez, G. (2005). O telespectador frente à televisão: Uma exploração do processo de recepção televisiva. *Communicare*, 5(1), 27-42.
- Parret, H. (1997). *A estética da comunicação: Além da pragmática*. Editora Unicamp.
- Rancière, J. (2005). *A partilha do sensível: Estética e política*. Editora 34.
- Rancière, J. (2012). *O espectador emancipado*. WMF Martins Fontes.

- Rancière, J. (2015). *O mestre ignorante: Cinco lições sobre a emancipação intelectual*. Autêntica.
- Ricœur, P. (1988). L'identité narrative. *Esprit*, (7/8), 295-304.
- Ricœur, P. (1991). *Do texto à acção: Ensaio de hermenêutica II*. Rés.
- Ricœur, P. (2006). *Percurso do reconhecimento*. Loyola.
- Ricœur, P. (2010). *Tempo e narrativa*. WMF Martins Fontes.
- Ricœur, P. (2014). *O si-mesmo como outro*. WMF Martins Fontes.
- Silva, G. (2012). Pode o conceito reformulado de bios midiático conciliar mediações e midiatização? In M. A. Mattos, J. Janotti Jr., & N. Jacks (Orgs.), *Mediação & midiatização* (pp. 107-122). Edufba.
- Sodré, M. (2002). *Antropológica do espelho: Uma teoria da comunicação linear e em rede*. Vozes.
- Sodré, M. (2006). *As estratégias sensíveis: Afeto, mídia e política*. Vozes.
- Verón, E., Prieto, L. J., Ekman, P., Friesen, W. V., Sluzki, C. E., & Masotta, O. (1971). *Lenguaje y comunicación social*. Nueva Visión.
- Verón, E. (2004). *Fragmentos de um tecido*. Unisinos.

Artigo recebido em 09 de Novembro de 2022 e aprovado em 16 de Novembro de 2022.

Epistemofilia: lentidão, fraturas, parestia da autopesquisa rumo a uma antropologia não antropocêntrica

Epistemophilia: Slowness, fractures, self-research paresis towards a non-anthropocentric anthropology

MASSIMO CANEVACCI^a

Universidade de São Paulo, Instituto de Estudos Avançados. São Paulo – SP, Brasil

RESUMO

O ensaio passa pela minha experiência pessoal antes de entrar na universidade e depois, desde que comecei a ensinar e fazer pesquisa. A identidade do pesquisador é pluralizada após ter criticado o método da dialética e da síntese, para afirmar uma visão transitiva baseada em uma constelação móvel que desenha alguns conceitos mutantes e fundamentais: fetichismo, sincretismo, polifonia, heteronomia, diáspora, amizade, espanto, ubiquidade, gênero, indisciplina e Marx66. A etnografia é apresentada como a tentativa de cruzar antropologia e filosofia por estar na encruzilhada do quiasmo.

Palavras-chave: Constelação, quiasmo, filosofia, antropologia, etnografia

^a Doutor em letras e Filosofia pela Università degli Studi de Roma La Sapienza. Professor visitante (visiting professor) no Instituto de Estudos Avançados da Universidade de São Paulo (IEA-USP). Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-8269-0564>. E-mail: maxx.canevacci@gmail.com

ABSTRACT

The present essay skims my personal experience before entering university and after, when I started teaching and conducting research. After criticizing the methods of dialectics and synthesis, the researcher's identity is pluralized to affirm a transitive perspective based on a moving constellation which designs certain mutant and fundamental concepts: fetishism, syncretism, polyphony, heteronomy, diaspora, friendship, astonishment, ubiquity, gender, indiscipline, and Marx66. Ethnography emerges as the attempt to interweave anthropology and philosophy for being at the crossroads of the chiasmus.

Keywords: Constellation, chiasmus, philosophy, anthropology, ethnography

OMEU ENCONTRO COM a pesquisa teórica e sucessivamente empírica – isto é, primeiro com a filosofia, depois com a antropologia e, finalmente, com a etnografia – foi longo, tortuoso, denso cheio de marasmos imóveis, fraturas súbitas, surpresas imprevisíveis. Atualmente, todo esse tremor parece ter se apaziguado, como se os ventos tivessem cessado de soprar e o meu barco continuasse a ondular imóvel num oceano de onde não podem ser vistas nem margens e nem cais.

A lentidão foi determinada pela minha condição opaca em tentar ver e interpretar aquilo que estava me acontecendo, tanto ao meu redor como dentro da minha identidade debilitada. Depois do ensino médio, me senti afundando em um pântano do qual não entendia o significado. Decidi me inscrever em Ciência Política sem qualquer intenção, intenção que se infringiu ao confrontar um professor que me reprovou apenas porque tínhamos ideias diferentes sobre De Gaulle. A minha posição estava correta, mas demasiadamente insegura na exposição. Havia uma mistura de apatia e curiosidade.

Em 1967 frequentava muito as livrarias e estava me apaixonando por revistas atípicas (*Quaderni Piacentini*, *Montley Review*, *Quaderni Rossi*, *Film Critica*) expostas na Feltrinelli ou em pequenas livrarias que estavam proliferando como cogumelos. Desde o ano anterior, por motivos desnecessários para recordar, tinha começado a trabalhar no transporte aéreo e, para minha grande surpresa, fui eleito membro da Comissão Interna pelo Sindicato CGIL. A fratura tinha explodido. Uma mix de estudos espontâneos, atividades políticas, práticas amorosas me fizeram decidir e me matricular em Filosofia sempre à Sapienza. Chegava o ano de 1968.

No caos criativo daqueles anos, consegui coordenar Política, Universidade, família. A participação nos movimentos me exaltava, me fazia sair do meu marasmo, nos encontrávamos e discutíamos por horas, comendo, fumando, paquerando. Na universidade, os muros do autoritarismo abriram-se de repente e consegui passar em cada exame estudando à noite ou nos ônibus até descobrir a *Escola de Frankfurt* e ficar fascinado. A família tinha um *exploit* inesperado: uma querida amiga Venezuelana me ofereceu duas dicas: encontrar um professor de Antropologia Cultural que amava os “Francofortesi” e publicar um livro, o que ela não gostava de forma alguma. A partir dessa casualidade, tornei-me pesquisador da universidade e publiquei *Dialética della Famiglia* que foi traduzido e publicado sem o meu conhecimento pela *Editore Brasiliense*, na época encabeçada por Caio Graco Prado do qual me tornei amigo depois do meu primeiro convite a São Paulo, que mudou a minha vida.

Seja minha tese sobre *Dialética dell' Illuminismo* seja o livro, tinham como base a dialética, como pode ser verificado nos títulos. E a dialética na época

era para mim uma ferramenta lógica e política, através da qual enfrentava as questões ligadas ao assunto – objeto numa visão de libertação mútua, libertar humanos e bens do processo recíproco de reificação que transformava ambos: sujeito e objeto em seres alienados. Para mim, foi determinante a Fenomenologia do Espírito de Hegel, particularmente o capítulo Servo-Patrão. O patrão perde a sua relação com o objeto que é tomada pelo servo; porém o servo, tendo plena conexão e conhecimento com o objeto, já separado do patrão, que colocou o servo entre si-sujeito e a coisa-objeto, acaba por destronar o patrão. Visto que é o trabalho que estabelece o poder – político e gnosiológico – entre os assuntos. Marx retomou esta dialética e a aplicou ao trabalho assalariado, mesmo que nos *Manuscritos de 44* (1967) sua posição enfrentava também a relação com a natureza, portanto, uma reflexão filosófica mais ampla do que a era industrial.

No drama que toda a Europa atravessou (e não somente) pelas duas guerras mundiais, o tema da reificação dos seres humanos e do fetichismo da mercadoria foi retomado primeiro pelo jovem Lucaks que, tendo-se ligado a Stalin, foi forçado a abjurar àquele texto; e depois, por uma nova geração de estudiosos – Adorno (1937, 1955, 1966), Benjamin (1986), Marcuse, Fromm, Horkheimer e outros – desvinculados do mito do comunismo realizado em apenas um só país, recusaram de se submeter às PCUS e tentaram de estender a reificação para além da produção dos bens e, portanto, para além da centralidade da fábrica.

A investigação fundamental que deu uma virada à minha formação foi *L'autorità e la Famiglia*, dirigida por Horkheimer, que mostrava claramente a insuficiência da assim chamada dialética marxista que teria afirmado a centralidade da estrutura econômica para definir as várias formas culturais, entre as quais aponto a família. Ensaio esclarecedores foram os de Marcuse, que mudou a origem do autoritarismo na família para Lutero, portanto, antes da crise do pós-bélico. E mais ainda os de Fromm, que fez uma pesquisa empírica aplicando a psicanálise na pesquisa social e revelando que os trabalhadores – em vez de serem portadores “objetivos” de uma revolução que libertaria o mundo inteiro – praticavam violência sexual e replicavam o autoritarismo violento e sexista dentro de suas famílias. Em suma, o modo de produção capitalista não era o único responsável do Nazi-fascismo, pois sendo uma tradição autoritária baseava-se tanto na religião luterana como na sexualidade operária.

O problema era mais complexo: a dialética parecia encravar-se. As relações entre os seres humanos, as mercadorias, a natureza se misturavam, e os resultados apareciam desprovidos de síntese às minhas conclusões parciais da época. O corpo tinha o seu erotismo, a família os seus dramas, a natureza as suas violações, os instintos as suas autonomias irregulares e decompostas, as artes as suas imprescindíveis imaginações de liberdade criativa, as próprias

religiões não se resolviam de ser uma dependência viciada, os jovens começavam a manifestar não apenas direitos, mas também prazeres de uma geração que entrava na História para modificá-la.

NEGAÇÃO

Foi Adorno quem compreendeu um dos aspectos insolúveis da dialética. A síntese, de fato, em seu entender, despejava a tensão irreduzível da negação, crítica concreta do existente, em um novo positivo (*aufhebung*). Embora a dialética se baseasse num processo de mudanças infinitas, a afirmação positiva da dialética através da síntese transformava o pensamento crítico numa apologia do existente. Esta visão era muito clara para o filósofo, não tanto para a política, também e eu diria sobretudo para a construção do partido segundo um modelo histórico bem claro, para a reflexão final sobre a estética que se baseava na dialética negativa. Na arte, argumentou, a tensão irreduzível reside no dissolver as formas do existente para visões totalmente outras.

Esta profunda posição de Adorno fascinou-me e, no entanto, sentia que era uma tentativa parcial e quase desesperada de manter, ainda que parcialmente em vida, o pensamento a partir de onde tinha se formado. Se Hegel e Marx tinham claramente centralizado o momento mais vital da dialética na contradição (e, portanto, no poder da negação), a descoberta de Freud o fez acentuar ainda mais a visão trágica dos ímpetos e da cultura em geral.

Neste período, estava se alastrando uma certa importância da sociobiologia em suas conexões com a etologia e a antropologia. O texto de Wilson foi ocasião de debates inflamados, e se tornou muito conhecido pela posição radicalmente oposta. Em suma, os antropólogos rejeitaram em bloco a hipótese de Gene Egoísta e do assim chamado *meme*. Estava de acordo quanto a este posicionamento, mas, no entanto, sentia que faltava algo na crítica culturalista. Ao participar numa conferência sobre este tema, apresentei um documento baseado no conceito de *hipo-estrutura*. E devo dizer que o meu professor da época, Armando Catemario, gostou muito. Resumidamente, procurei ver as questões humanas relacionadas não apenas à dialética-estrutura-superestrutura, enquanto sobre esta última dimensão já tinha apontado as críticas fundamentais de Gramsci. Publicados muitos anos depois de sua morte, nos Cadernos da Prisão, Gramsci afirmava fortemente a autonomia relativa da cultura, vista não mais deterministicamente derivada da estrutura, isto é, da Revolução industrial. Essa visão teve uma enorme importância no nascimento de *estudos culturais* que, como se sabe, começaram a enfrentar pesquisas empíricas baseadas em uma etnografia urbana sobre as culturas juvenis na Grã-Bretanha.

Na minha opinião, a dialética ignorava o poder das dimensões magmáticas subjacentes não só à evolução do Homo Sapiens, mas de todo o processo de civilização. Instintos, emoções, impulsos, atitudes “centradas” (eurocênicas, falocênicas, etc.) tiveram e continuam a ter fortes influências na produção cultural e industrial, nos comportamentos difusos tanto no tempo de lazer como no tempo de trabalho. Por isso, tentei elaborar uma espécie de reforma da dialética que não podia mais ter o mesmo nome, com base em uma interação triangular entre pulsões, cultura, produção: isto é, entre hipo-estrutura, superestrutura e estrutura.

Escrevi um ensaio sobre esta hipótese de “reforma” que tentei afirmar em algumas conferências, mas não tive a força ou a capacidade de desenvolvê-la num livro finalizado. Precisava de financiamentos, com certeza, mas ainda muito mais, de tempo: me afastar da vida acadêmica, dos seus compromissos diários, que adorava, para me dedicar única e exclusivamente à estrutura da hipo-estrutura. Foi um fracasso. No entanto, às vezes penso que foi importante porque me permitiu voltar-me para algo inexplorado.

EPÍSTEME

No final dos anos 80, que são geralmente considerados obscuros, se não reacionários, comecei a perceber e a me aproximar de uma escuta da epistemologia desafinada. No sentido de que soava fora das harmonias científicas dadas pela maior e que, portanto, emanava um grito pulsante, obsessivo e indisciplinado. A ciência, em seu significado histórico do Ocidente, era determinada pelo *logos*, significando por isso a objetividade da lógica. Naqueles anos, estava sendo desenvolvida uma abordagem diferente: talvez aqui *logos* tinha o significado semelhante à antropo-*logia*: isto é discurso, dialógica, polifonia. A área problemática, quando direcionada para uma abordagem diferente, foi chamada de *desafio da complexidade*. Projeto poderoso entre estudiosos muito diferentes que não buscavam nenhuma síntese, pelo contrário, respeitavam a coexistência na constelação complexa de diferentes diretrizes.

A dialética havia se aposentado e com ela as relações lógicas binárias entre sujeito e objeto.

Minhas leituras daqueles anos 80 repousavam tranquilas e reflexivas sobre o trabalho de Gregory Bateson, sobre quem escrevi muito e aplicado muito em minhas pesquisas etnográficas. *Rumo a uma ecologia da mente* (1976) é um texto em fragmentos, talvez o livro fundamental de um autor, que abria espaços, perspectivas, interpretações diferentes das tradicionais. Metalogo, duplo vínculo, sagrado, ecologia mental, o enredo-que-conecta, natureza-cultura, coevolução

ser humano e ambiente, mapa-território: conceitos em conjunto que abriam a epistemologia e a partir do *logos* o aproximando da *philia*. Por acaso, isto é devido a um meu estudante empreendedor que tinha ido para Nova Iorque participar da Academy, recebi um livro de inestimável valor que Gregory escreveu e filmou junto com a esposa Margaret Mead: *Balinese Character*. O transe capturado em um ritual mostrava mulheres de cabelos longos dançando e que se batiam violentamente no peito com o *kriss*. Igualmente e com mais agressividade, por assim dizer, os homens torciam a lâmina dos punhais que não penetravam na carne, enrijecida pela alteração.

Gregory se aposentou da antropologia e dos antropólogos, mas um cientista inovador, Norbert Wiener, o convidou a participar do primeiro encontro que teria lugar entre um grupo de estudiosos onde se “inventou” a cibernética. Wiener tinha lido o complexo livro de Gregory com base na sua única pesquisa de campo entre os Iatmul da Nova Guiné, onde surgiu um conceito “complexo”: a cismogênese. A tendência entre vários grupos ou clãs a se dividirem ou permanecerem unidos, muito em breve. Enfim, a hipótese cibernética baseava-se precisamente no feedback ou retroação que tinha estranha proximidade com a cismogênese. A busca é bizarra. Um conceito que emergiu durante um ritual – onde os tios maternos tentam seduzir seus sobrinhos, dançando e esfregando as costas nos corpos das crianças – era semelhante ao modelo da computação nascente. Um belo problema epistemológico que talvez se possa enfrentar com epistemo-*philia*.

As relações entre natureza e cultura já não são consideradas dicotômicas. O estruturalismo que radicalizou tal modelo esgotou-se como a dialética da qual era um descendente distante, talvez seu último seguidor. A ecologia da mente foi o primeiro e mais radical passo para além da dialética. A conexão entre seres que trocam informações, sejam eles humanos, animais, vegetais, minerais, divinos, amplia o conceito de mente e o difunde entre cada entidade que é atravessada pelos fluxos da comunicação. A natureza finalmente se torna um ser vivo que respira, se move, muda; os seres humanos, como parte da natureza cocriam mutações genéticas e estratigráficas. Qualquer síntese é impossível com esta definição. As várias e diferentes mentes interagem por montagens contínuas, metamórficas, fragmentos mutantes, como um mosaico cujos ladrilhos não ficam colocados, mas se movem continuamente criando novas imagens, de fato, os mesmos ladrilhos incorporam transformações que os tornam até certo ponto estranhos aos vizinhos, por sua vez estranhos a si mesmos e aos outros. A expansão do que é chamado de “mente” para a diversidade mais distante cria um modelo de comunicação multifacetado em sua profunda conexão entre cada entidade vivente. Pode-se argumentar que a

dialética *sujeito-objeto* decai na medida em que a ecologia da mente difunde a subjetividade a toda criatura sacral.

Imaginar que um pinheiro glorioso, uma rocha bizarra, um elefante majestoso, uma gruta misteriosa, um livro inquieto, o sorriso desconhecido são indivíduos com suas biológicas e biografias: e que suas histórias são parte constituinte de mim, do meu “eu” que desliza em suas identidades fluidas junto com todas essas subjetividades. É tempo de afirmar uma antropologia diferente: a que, por agora, provisoriamente, tentarei chamar *antropologia-não antropocêntrica*.

CONSTELAÇÕES

Todo este processo teórico, ainda bastante nebuloso, precipitou-se numa espécie de Maelstrom ao contrário. Para mim, já naufrago da dialética seja sintética que negativa, fiquei sugado em um multiverso que não conhecia, exceto pelas leituras apaixonadas, mas distraídas ou distantes. O evento aconteceu sob o signo do divino *Kairós*, o deus da casualidade repentina que deve ser agarrada imediatamente pelo topete de seus cabelos na testa, porque atrás, ele é calvo e liso como a bola sobre a qual rolam seus pés alados. Um dia, o meu editor da Savelli me liga e diz que chegou um livro para mim, traduzido, o próprio *Dialética da família*. É claro que corro para o retirar e vejo que é uma ótima edição, muito melhor da italiana, e que tem o prefácio de uma filósofa: Olgaria Matos.

Num misto de orgulho e curiosidade, escrevo para o endereço da *Brasiliense* constante nas páginas internas. Os tempos dos Correios eram lentos, e dos brasileiros ainda mais. Porém, finalmente chegou a carta assinada pelo Caio Graco Prado, onde explicou o caso: estava andando por Milão quando entrou na Livraria Feltrinelli, muito conhecida na Itália, viu o meu livro, comprou-o e pediu para traduzi-lo. Editou quatro edições em pouco tempo e continua sendo citado, pelas informações que me chegam diariamente.

Resumindo, convidaram-me para dar um curso na Universidade da USP. Obtive financiamento do Instituto Italiano de Cultura para divulgar e apresentar alguns dos filmes de Pasolini no MIS. Foi assim que acabei indo morar na *Frei Caneca* e descobri a *Augusta*, uma *rua* que fez com que eu me apaixonasse imediatamente e se tornasse minha professora ao abrir-me todas as demais ruas, não só em São Paulo, mas de todo o Brasil. Relatei minhas dificuldades da chegada no prefácio do *Città Polifonica* (2019), referenciado no texto, para quem se interessar. Daquele ano distante, o 1984 foi marcado por uma previsão fosca por um livro famoso, comecei, sem parar, a travessia da complexidade brasileira questionando os princípios clássicos em que se baseava a teoria, o método,

a escrita, as imagens e aquele sentimento difícil de se decifrar, que mistura beleza, emoção, desorientação.

Certa noite, passeando sozinho pela Rua Augusta, professora e amante, vi um desenho estranho na vitrine de uma loja, talvez de moda ou um cartaz de um filme no meu cinema preferido. O desenhei no meu caderninho porque me lembrava de algo do ensino médio: uma χ . Muitos anos depois, retomando aquele caderninho com o desenho, tive uma ideia. Estive por alguns anos em Florianópolis dando aulas numa vila, oferta feita pela professora que me havia me convidado, situada num morro, de onde podia ver a *Lagoa* de um lado e do outro o mar. O panorama atravessava a extensão linear das águas calmas e o movimento ondulante das águas agitadas. Daquele *Morro*, me veio uma primeira imagem confusa de uma constelação e gráfica que poderia configurar a mobilidade lenta e conceitual (*festina lente*) com a forma da χ (pron. chi, *ch* aspirado).

A linha reta evocou-me **Filosofia**, tão calma, decidida e oblíqua, com uma marca forte entre a sua formidável história e um presente incerto para sempre “amiga do conhecimento”. A linha contorcida me pareceu **Antropologia**, tão agitada, corsaria e sinuosa. Ambas têm matrizes europeias (de Talete a Zenone, de Xenofonte a Tácito, de Malinoski a Levi-Strauss), acesas a partir da compreensão do cosmo em geral, e intrigadas pelas diversas culturas não europeias. Uma solidamente assentada na sua própria pólis, a outra ligeiramente viajando pelos diferentes mundos: ambas me pareciam, relativamente inadequadas, pelas suas crescentes divergências.

Então percebi um terceiro ponto decisivo: no seu ponto de encontro liminar, uma cruz enfeitada e indefinida, imaginei que poderia se cruzar **Etnografia**, indisciplina da pesquisa empírica de campo. Se foi gerada da antropologia com um currículo denso de Filosofia, a etnografia optou, há algum tempo, por não pertencer a ninguém, visto que *ela* poderia se definir herdeira e traidora de ambas. Ao rejeitar sistemas concluídos, paradigmas fixos, teorias generalistas, estereótipos espalhados, *ela* sonda conceitos, rituais e mitos, símbolos e culturas de todos os lugares, reivindica paixões micrológicas singulares, observa tudo com artes reflexivas, coleciona detalhes, refugos, restos, margens; rejeita desdenhosamente a entrevista e adora a dialógica entre assuntos diferentes e por isso iguais, de fato é igual porque não é idêntico; às vezes fotografa ou filma sempre junto com o outro, envolvendo pessoas ou estradas, florestas ou edifícios; adora a autorrepresentação “nativa”, que o digital facilita, observa com olhares participativos os excessos nas redes sociais. Neste presente imprevisto, familiar e estranho - em vez de separarem-se - parecem misturar-se para liberar aberturas e pretender isolamentos.

A etnografia é uma pesquisa solitária nos contextos mais estranhos ou familiares, tentando interrogar e questionar-se entre micrologias parciais e

esquivas. Porque, entre outras coisas, a etnografia é reflexiva: o pesquisador questiona-se sempre ao confrontar-se com o outro, coisa ou pessoa; aprende a explicitar as suas próprias emoções não removidas ou suprimidas; às vezes desejos, fobias, ansiedades, paixões, imaginações podem ser traços decisivos da pesquisa. O etnógrafo *se observa enquanto observa*, dialoga com o outro e consigo mesmo, salta com delicada atenção entre o dentro e o fora do *frame* do contexto empírico, porque o quadro epistemológico deve, às vezes, ser sem molde. Sair do paradigma estabelecido e talvez rígido; entregar-se a métodos inesperados; imaginar epistemologias complexas.

A investigação no campo é a parte mais viva e digna, não tanto para quem está na universidade, como para qualquer um que queira pôr em jogo as suas certezas e desafiar-las. Pesquisar é abandonar-se no desconhecido que nos rodeia para tentar esclarecer algumas partes – das artes à comunicação, do analógico ao digital, da arquitetura ao parentesco. Render-se no sentido de *entregar-se*, o que numa certa etnografia significa deixar-se ir pelos fluxos da espontaneidade, descentralizando ou afrouxando as crenças teóricas e os preconceitos implícitos. A etnografia rejeita afirmações generalistas ou teorias universalistas: procura sempre fragmentos, persegue-os com paixão, às vezes elabora uma montagem desses fragmentos recolhidos ao longo do tempo e do espaço, do destino (*telos*) para quase sempre se apresentarem como temporários. O fragmento pode iluminar parcialmente um contexto ou sugerir tendências, mas não toda a cultura de referência. Colecionar fragmentos e enfileirá-los num colar de sementes conceituais indefinidas é uma metáfora iniciática da obsessão etnográfica: vislumbrar o movimento da constelação.

A composição de um ensaio passou a ser colecionar fragmentos conceituais espaçados que num dado momento decidi “fixar” – isto é, observá-los e observar-me no processo da escrita. Entre as culturas indígenas do Brasil, especialmente Bororo e Xavante, onde desenvolvi minha pesquisa (Canevacci, 2013, 2017), os colares são constituídos por sementes furadas, às vezes com parte de conchas, muitas vezes com plumas multicoloridas, ou extratos de algodão branco. Tenho muitos colares que me foram presenteados pelos meus amigos mas que não me atrevo a usar, alguns são lindos e diria quase que únicos: então os transfiguro em fileiras de fragmentos conceituais geométricos que tentam desenhar o sentido enigmático do outro: um ritual, uma amizade, um panorama. Um colar conceitual em movimento calmo e agitado, com moto e sem fim.

A letra grega χ desenha o meu colar interminável: o ponto central é o cruzamento mítico de onde parte a etnografia, que evoca a profundidade dissonante de Policleteo e reatualiza a sua *filosofia escultórica sob a forma de quiasma*. Ao procurar a beleza estética do corpo a ser transfigurado em estátua, o artista Policleteo não deve

alcançar a perfeição da beleza harmônica. Através da figura do quiasma, o corpo gera interseções assimétricas para cada obra estatutária. Ao contrário do que normalmente se afirma, o quiasma não tem letra χ com dois termos simétricos para cruzar (X), mas é χ com três sinais divergentes, cujo ponto central é um cruzamento que não pertence a ninguém: é o *limen* onde **Etnografia** enxerta intercâmbios divergentes entre **Antropologia** e **Filosofia**, onde *ela etnógrafa* já não é mais filósofa, mas não ainda é antropóloga, ela é o ponto liminar onde tudo pode mudar.

Constelação incorpora o trânsito intrusivo da etnografia que quer quebrar e mastigar os sabores/conhecimentos da Antropologia e da Filosofia. A etnografia é o bolo mastigado com sabedoria gulosa – *mastiga-mística* - quando para na oralidade-antropológica, antes de ser deglutido na garganta-filosófica. No cruzamento “entre” não mais mastigada e ainda não engolida, se coloca a Etnografia onde sofre a sua mutação liminar (a “mudança” da pele).

Constelação não sugere qualquer pragmática. A sua tarefa é esclarecer a perspectiva oferecida por um conjunto de conceitos que tentarei apresentar e que cresceram ao longo dos anos durante os enredos de fazer a pesquisa empírica em contextos demasiadamente familiares e muito estranhos. Destas “tramas” emerge *um movimento empírico e conceitual* que é o brilhante resultado entre *fieldwork* e *desktop*. Empíria e teoria desafiam-se mutuamente com reciprocidade quiástica, saltando entre a ação desordenada e a calma sedentária. Não se trata de deixar a razão emocionada: durante as pesquisas de campo, a razão já está emocionada na sua imanência sensível.

Constelação retoma o conceito elaborado no século passado por alguns filósofos cada vez mais atuais e o impele para os territórios – materiais e imateriais - da etnografia, indicando a morte da dialética. Mesmo que aqui não falei, se não ocasionalmente dos Bororo, Xavante e Kraho – minhas experiências de pesquisa no campo mais emocional e sábio - os rituais de iniciação juvenil, de transfiguração fúnebre ou de alteração mental estão presentes entre os espaços brancos das linhas, palavras, margens. A perspectiva da *multi-sited ethnography* de George Marcus (1995) é tão esclarecedora para mim quanto a montagem de citações para Walter Benjamin ou o conjunto de dados para Gregory Bateson. Com tal abordagem, a etnografia não focaliza mais em um único contexto para narrá-lo com a interpretação “densa”, quando a disciplina estuda Iatmul, habitantes de Samoa, Balineses, Trobriandanos.

No processo de minhas pesquisas etnográficas na *aldeia* de Meruri (a mesma aldeia de Levi-Strauss em *Trópicos Tristes*) o Sangradouro (que Maybury Lewis define como “dialética”), pude compreender que era impossível entender essas culturas como um fenômeno isolado apenas através das relações com cidades vizinhas (Cuiabá ou Primavera Dell’Est), metrópoles distantes (São Paulo, e até

Roma ou Nova Iorque) o uso autogerido com os social network da *Aldeia Digital* o *Etnomida* poderiam ajudar-me a aliviar as chamadas culturas “nativas”. Este termo é irremediavelmente eurocêntrico, já que mesmo os “indígenas” exercem uma vida *multi-sited* saltando entre local e global. Os meus amigos Kleber Meritororeu, Felix Adonuenau, Domingos Mohoroëo - e ainda mais as novas gerações - tem sempre transitado fisicamente entre *aldeia* e metrópole, viajando, estudando, dando palestras ou manifestações políticas; seja ubiquamente com o digital que fomentou conexões entre eles e o resto do mundo. Atualmente, posso afirmar que as cosmologias deles podem ser afirmadas graças às perspectivas cosmopolitas. A *multi-sited ethnography* analisa a experiência concreta deles e pode redesenhar o sentido neocolonial de ser rotulado de “nativo”.

Se cada *aldeia* já não está mais isolada (ou quase), o termo “correto” de *nativo* – sucessor de primitivo, selvagem, sem escrita etc. – deve ser válido tanto para um bororó como para um romano. Então, se o meu amigo alemão não é definido como nativo pois ele nasceu em Berlim, por que devo chamar de nativo Adonuenau nascido em Meruri? Talvez porque é aludido que *mais nascido* de Berlinense, no sentido de que está ou estaria mais próxima da natureza desde o nascimento. Um nativo mais original, puro, autêntico, não contaminado. Sabemos que nenhum nascimento é apenas natural, mas sempre culturalmente performado. Estas taxonomias mais educadas evocam e reproduzem valores coloniais.

A investigação etnográfica atual é transitiva (*in-between*) e desafia a Antropologia e a Filosofia a saírem das suas cadeiras cativas para ouvir as tensões, os conflitos, as paixões, as liberações que se acendem nos movimentos *desnativizado*. Uma coisa para mim é certa: a plena liberdade dos europeus, de onde se originou o colonialismo, depende também da libertação das chamadas populações “nativas” pré-colombianas (e não apenas isso). A minha própria liberdade tem limites, visto que genocídios continuam se realizando há mais de 500 anos. A extrema fragilidade dos Yanomami e Kayapós, Bororo e Xavantes é também a minha própria fragilidade, fragilidade que deveria encontrar o modo de reverter em libertação verso cada ser, humano e não humano. Libertação de árvores cortadas porque preciosas como as pedras incrustadas em reservas, de animais sagrados como a *onça* fundamental nos rituais e hoje quase desaparecida, libertação até de divindades ancestrais expulsas para o exílio, pelos missionários.

A minha liberdade é também *multi-sited*.

GRAFTISMOS

O nexa entre *fetiches*, *polifonias*, *sincretismos* foi a minha primeira abordagem etnográfica *multi-sited*, um tríptico transitivo através do qual começam a

se delinear os contornos conceituais de uma constelação em movimento entre espaços/culturas diferentes. A seguir, apresentarei, brevemente, o desenho que ficou claro para mim ao longo do tempo e que ainda me deixa suspenso. Sublinho que cada conceito de constelação foi desenvolvido em textos específicos.

Fetichismo impõe-se imediatamente pelas espantosas teorias de Marx e as sucessivas do jovem Lukács de *História e consciência de classe*, e ainda com as leituras contínuas de Benjamin, Adorno, Kracauer; os olhares transversais de Bateson, Taussig, Fanon (1971). O ponto de virada, para mim, se acendeu nos últimos dez anos, quando me deparei com uma pesquisa empírica sobre objetos, bens, coisas, corpos, filmes, publicidade, para compreender as mutações produzidas pela expansão visual-digital. Tive, portanto, de articular uma genealogia antropológica sobre o feitiço para *de-reificar* seu conceito, rasgá-lo de seu suposto uso objetivo e romper as ainda hegemônicas matrizes coloniais. É a *subjetividade* da história dominante que produz, às vezes, significados *objetivos* aplicados aos dominados e muitas vezes por eles subordinados (Canevacci, 2014; Freud, 1981, 1991).

Polifonia é o conceito mais sentimental, visto emergir da minha primeira investigação empírica, uma etnografia da comunicação urbana em São Paulo. Possuía as leituras de Bachtin (1988) aplicadas à literatura, por isso a observação verso uma grande metrópole (suas “narrativas”) levaram a uma mudança de perspectiva, implicando num desequilíbrio da minha formação benjaminiana sobre Paris, Berlim e Nápoles. Tudo graças a um Bachtin ignorado e isolado nos Soviéticos. Os fragmentos urbanos tornaram-se fatos polifônicos e dialógicos, não mais dialéticos ou sintéticos. A estridente dissonância metropolitana teve que encontrar múltiplas formas de composição, daí a escolha de realizar três vozes solistas: ensaísta, etno-poética, visual.

Sincretismo é um dançar conceitual brasileiro. Desde as minhas primeiras experiências, este conceito emergiu imediatamente na tradicional versão religiosa Afro-brasileira, aplicada ao Candomblé, mas ainda mais sobre o lado cultural constituído pela música, moda, comida, cinema, arquitetura. Enfim, acredito ter absorvido a brilhante revolução antropofágica da vanguarda Paulista dos anos 20 do século passado, para inseri-la numa visão diferente que tentei definir como *sincretismo cultural*.

Heteronomia e **Diáspora** parecem irmãs gêmeas heterozigotas. **Heteronomia** manifesta-se no meu caminho graças à descoberta de Fernando Pessoa e do seu *desassossego dos eus*, ou seja, a inquietação do eu que se pluraliza no pronome mantendo a preposição no singular e desafiando as gramáticas. A palavra portuguesa tem então uma beleza sonora barroca pontuada por cinco “s”, que tornam o ritmo sibilante para além de um plural. É lamentável que Bachtin não o tenha

lido: Pessoa é muito mais polifônico do que Dostoiévski e afim ao contemporâneo Pirandello, a prescindir do valor literário (Pessoa, 1980).

Diáspora chegou mais tarde como resultado de leituras pós-coloniais: Paul Gilroy (2003), Homi Bhabha (2001), Arjun Appadurai (1986) iluminaram-me com os seus textos e repensei às geniais antecipações de Franz Fanon, cujo pensamento ainda é ativo e crescendo ao longo do tempo. Com a minha paixão por Edward Said e Daniel Barenboim (2002), procurei desenvolver a diáspora num sentido individual e já não mais coletivo, um desenraizamento espacial que preserva alguns traços identitários do passado para os transfigurar em projetos de vida presente-futuro. Cenários de mudanças cosmopolitas em vigor atravessam diásporas subjetivas bem localizadas.

Estupefação tem origem na apaixonada discussão epistolar entre Benjamin, rodeado pela biblioteca de Paris, e Adorno já exilado nos Estados Unidos. A crítica Adorniana ao amigo mais adulto, definida com o uso do “Sr/Sra”, baseia-se num conceito brilhante: a *impressionante atividade*, círculo mágico dentro do qual seria trancado Walter Benjamin. A resposta deste último ainda é brilhante, mesmo agora. Definitivamente, a dialógica entre os dois libera as possíveis relações entre reificação e petrificação, entre história e mito, pelo qual a mera luta política ou intelectual contra a alienação das mercadorias é insuficiente. As implicações arcaicas regressam com o poder, muitas vezes cego, devastador e descontrolado do mito e se unem nos produtos de camuflagem ou na indústria cultural. A partir desta discussão não resolvida, o espanto filosófico entrelaçou-se com o espanto antropológico, que por outros caminhos acompanhava a investigação sobre a comunicação visual: daí a árdua tentativa de desenvolver o *espanto metodológico* através da disposição de um corpo poroso no momento anterior ao encontro do outro – o desconhecido.

Ubiquidade é o queridinho, como o último a chegar. Conceito que surgiu sozinho, quase por partenogênese, durante minhas condições diaspóricas em São Paulo e principalmente em Nanjing, onde por seis meses ensinei com o privilégio de usar internet, enquanto aos estudantes (de comunicação) era negado nas horas livres noturnas. Assim, ser capaz de comunicar - mesmo que simultaneamente - com amigos, parentes, conhecidos aumentou a minha habitabilidade de *absoluto estrangeiro*. Enquanto no Brasil eu era *estrangeiro relativo* porque sabia disfarçar-me sincreticamente, bem como falar português, na China foi impossível. As mutações do conceito da matriz religiosa (um Deus atento que te observa em qualquer lugar) para a digital implicaram em atitudes diversificadas. Ao prazer de me sentir parcialmente ubíquo, comunicando-me ao mesmo tempo em diferentes espaços, tem correspondência às crescentes reações localistas de rejeição para restabelecer uma territorialidade inabalável - física e

psíquica, familiar e laboral. Um localismo “puro” imaginado como uma salvação contra as acelerações comunicacionais das quais não poucos se percebem marginalizados (Canevacci, 2015, 2016).

Gênero tem as bases fundadas nas minhas últimas lições, quando comecei a explicar a tradução de *antropo-logia* (discursos sobre os seres humanos para além do antropocentrismo) e da cultura (popular, de massas, de vanguarda, analógico/digital, valores, crenças, comportamentos, etc.). E sucessivamente desenvolvi o conceito de *gênero*: argumentando que, se os sexos são dois, os gêneros são infinitos, com base na relação entre biologia e cultura, à evolução das espécies e ao Antropoceno que inclui, desde sempre, mutações técnico-culturais.

Indisciplina chegou solitária quando ficou claro que as declarações a favor do *multidisciplinar* não levavam a nada ou a pouco e que o problema era o nexo entre a divisão social do trabalho e a divisão disciplinar do saber. Faculdades, Departamentos Curriculares estavam (estão) demasiado ligados a um sistema *disciplinar* para incentivar a expansão da pesquisa. Indisciplina não é um degradado fazer-como-quiser, mas sim favorecer as escolhas dos pesquisadores ou estudantes que - com base em projetos precisos - deveriam ter o direito de inserir o conhecimento - em-quiasma (Said, 1978, 2006).

Amizade - que é próxima ao gênero - mostra uma relação que emerge na sua beleza altruísta. *Ela* leva-nos a repensar às amizades perdidas, às redescobertas, às aumentadas e até aquela “amizade ampliada” que, mesmo dentro dos seus limites, a rede social acaba favorecendo. Durante a primeira fase da pandemia, estava numa condição que defini como *solidão não solitária*. A separação casual e forçada da minha família no Brasil deu-me a oportunidade de experimentar uma amizade expandida com pessoas jamais conhecidas ao vivo: pois bem, os resultados são em grande parte vitais e frutíferos. É verdade que a amizade se baseia e cresce na partilha de experiências, mais do que apenas das ideias e comentários sobre *social*. Dito de outra forma, exercitar experiências comuns favorece o crescimento amigável de ideias semelhantes, mas não idênticas. Sem experiências comuns, a Amizade é um sentimento tão belo quanto incerto.

Marx66 é uma meta que chega ao fim ou ao início de uma viagem periférico-central, com uma proposta biográfica que solicita excessos identitários. Prosseguindo minha pesquisa sobre o bairro onde moro atualmente (Pigneto), após um retorno à “minha” cidade, descubro que me tornei parcialmente estrangeiro na minha própria casa. *A origem é a meta*, diz com ironia Karl Kraus, só que no retorno (*nostos!*) a origem já não é mais a mesma. Felizmente. Experimentar o afastamento doméstico, tentar conviver com ele mais do que livrar-se dele, é um traço muito comum (e obsessivo) para muitas pessoas nas experiências cotidianas dentro ou fora da “própria” cidade que se descobre *impróprio*.

Daí o espanto de ter visto à noite, na “minha” Roma na Estação Termini, *Marx* reduzido a um ponto de ônibus em direção a um subúrbio designado à filosofia. *Marx66* parece invocar uma regeneração da crítica, para abordar exatamente esta mutação incompreensível “em” comum. Por isso, decidi desviar *Marx66* para o histórico cartório localizado numa rua dedicada a um grande presidente da Câmara: Petroselli. Aqui vou abordar vários ofícios para resolver o problema relacionado à minhas ubíquas *cartas de identidade*.

Por enquanto, o design de **Constelação χ** agita estes conceitos, desafia-os, coloca-os em trânsito e montagem, até os “informa”; às vezes utiliza esses mesmos conceitos para além ou contra si próprios, muitas vezes cruza-os com estéticas assimétricas que perseguem o desconhecido. *Ubiquidade sincrética. Heteronomia polifônica. Espanto generativo. Fetichismo Diaspórico.* O perambular entre filosofia e antropologia dos vários conceitos inscritos na constelação estabelece uma influência recíproca e um tanto descoordenada da “constelação”; o olhar do pesquisador observa-a de longe depois de ter estado muito perto, aliás, dentro de cada pequeno fragmento recolhido com a etnografia. A constelação torna-se mutante na montagem dos vários conceitos em trânsito, visto o seu design *re-desenhar* no processo reflexivo doando ansiedade e felicidade. Constelação χ é o desafio de combinar Antropologia e Filosofia nos seus territórios conhecidos e, inevitavelmente, nos inexplorados de Etnografia. Constelação χ parece querer reatualizar um ditado latino que fascinou durante o Renascimento Florentino: *festina lente*. A tartaruga que navega *lentamente rápida* nos mares e nos céus, parece ser adequada à atual mudança de fase entre a lentidão analógica e a velocidade digital. O oxímoro, como é sabido, não pode ser resolvido, mas está destinado a ser ultrapassado. Constelação χ se ilumina por insatisfação com o estado das coisas, porque as coisas, cada coisa, não têm *estado* mas movimento. Porque *res* - a coisa mais avançada e desatualizada na política - é *pública*; e é até singular-plural. Tentar detectar alguns desses movimentos - cruzados e inesperados - é o propósito desta constelação χ . Porque, se a origem é mudada e mutante, a meta é vaga e errante: nesse outro lugar desfocado é possível treinar o *corpo do olho* para fixar, interrogar e interpretar desenhos desfocados, errantes mutantes em forma de *rebus* atratores enigmáticos que têm o poder de dissolver as certezas adquiridas assim que se tenta fixá-las no papel. ■

REFERÊNCIAS

- Adorno, T. W. (1937). Spätstil Beethovens. *Der Auftakt*, 17(5-6), 65-67.
- Adorno, T. W. (1955). *Minima moralia*. Einaudi.
- Adorno, T. W. (1966). *Dialética Negativa*. Einaudi.
- Appadurai, A. (Ed.). (1986). *The Social Life of Things*. Cambridge University Press.
- Bachtin, M. (1988). *O autor e o herói*. Einaudi.
- Bhabha, H. K. (2001). *Locais de cultura*. Meltemi.
- Bateson, G. (1976). *Rumo a uma ecologia da mente*. Adelphi.
- Barenboim, D., & Said, E. (2002). *Parallels and paradoxes: Explorations in music and society*. Pantheon.
- Benjamin, W. (1986). *Parigi capitale del XIX secolo*. Einaudi.
- Canevacci, M. (2013). *The line of dust: Bororo culture between tradition, mutation and self-representation*. Sean Kingston.
- Canevacci, M. (2014). *Fetichismos visuais: Corpos eróticos e metrópole comunicacional*. Ateliê Editorial.
- Canevacci, M. (2015, 20-24 di aprile). *Ubiquitimes: The ethnographic experiences of digital cultures and the syncretic mix of spacetimes* [Articolo presentato]. Seminário sul “Tempo”, Instituto de Estudos Avançados, Universidade de São Paulo, São Paulo, SP, Brasil. <https://bit.ly/3txW8sN>
- Canevacci, M. (2016). *Digital ubiquity in the Anthropocene*. *Antrocom Online Journal of Anthropology*, 12(1), 5-12.
- Canevacci, M. (2017). *Antropologia della comunicazione visuale*. Postmedia Books.
- Canevacci, M. (2019). *La città polifonica*. Rogas.
- Fanon, F. (1971). *Opere scelte*. Einaudi.
- Freud, S. (1981). Fetichismo. In S. Freud, *Opere di Sigmund Freud* (Vol. 10, pp. 487-497). Bollati Boringhieri.
- Freud, S. (1991). Il perturbante. In C. L. Musatti, *Opere di Sigmund Freud* (Vol. 9, pp. 81-114). Bollati Boringhieri.
- Gilroy, P. (2003). *The Black Atlantic*. Meltemi.
- Marcus, G. (1995). Ethnography in/of the World system: The emergence of multi-sited ethnography. *Annual Review of Anthropology*, 24, 95-117.
- Marx, K. (1967). *Il Capitale*. Editori Riuniti.
- Pessoa, F. (1980). *O eu profundo e os outros eus*. Nova Fronteira.
- Said, E. (1978). *Orientalism: Western concepts of the Orient*. Pantheon.
- Said, E. (2006). *On late style: Music and literature against the grain*. Pantheon.

Artigo recebido em 18 Outubro 2022 e aprovado em 16 Novembro 2022.

Epistemophilia: Lentezza, fratture, paresi dell'auto-ricerca verso un'antropologia-non-antropocentrica

Epistemophilia: Slowness, fractures, self-research paresis towards a non-anthropocentric anthropology

MASSIMO CANEVACCI^a

Università di San Paolo, Istituto di Studi Avanzati. San Paolo – SP, Brasile

SOMMARIO

La ricerca percorre la mia esperienza personale prima di entrare all'università e dopo, da quando ho iniziato a insegnare e a fare ricerca. L'identità del ricercatore si pluralizza dopo aver criticato il metodo della dialettica e della sintesi, per affermare una visione transitiva basata su una costellazione mobile che richiama alcuni concetti mutanti e fondamentali: feticismo, sincretismo, polifonia, eteronomia, diaspora, amicizia, stupore, ubiquità, genere, indisciplinazione e Marx66. L'etnografia si presenta come un tentativo di attraversare antropologia e filosofia visto trovarsi al crocevia del chiasma.

Parole chiave: Costellazione, chiasma, filosofia, antropologia, etnografia

ABSTRACT

The present essay skims my personal experience before entering university and after, when I started teaching and conducting research. After criticizing the methods of dialectics and synthesis, the researcher's identity is pluralized to affirm a transitive perspective based on a moving constellation which designs certain mutant and fundamental concepts: fetishism, syncretism, polyphony, heteronomy, diaspora, friendship, astonishment, ubiquity, gender, indisciplinane, and Marx66. Ethnography emerges as the attempt to interweave anthropology and philosophy for being at the crossroads of the chiasmus.

Keywords: Constellation, chiasmus, philosophy, anthropology, ethnography

^a Dottore in Lettere e Filosofia presso l'Università degli Studi di Roma La Sapienza. Professore visitante (visiting professor) presso istituto de Studi Avanzati dell'Universidade de São Paulo (IEA-USP). Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-8269-0564>. E-mail: maxx.canevacci@gmail.com

IL MIO INCONTRO con la ricerca teorica e successivamente empirica – ovvero prima con la filosofia, poi con l’antropologia e finalmente con l’etnografia – è stato lungo, tortuoso, denso di lagune immobili, di fratture improvvise, di stupori imprevedibili. Attualmente tutto questo tremore sembra essersi placato, come se i venti avessero cessato di soffiare e la mia barca continuasse a ondeggiare immobile in un oceano da cui non si vedono sponde né approdi.

La lentezza fu determinata da una mia condizione opaca nel tentare di vedere e interpretare quello che mi stava accadendo intorno e dentro la mia identità malferma. Finito il liceo, mi sentii sprofondare in una palude di cui non capivo il senso. Decisi di iscrivermi a Scienze Politiche senza alcuna voglia, voglia che si infranse contro un prof che mi bocciò solo perché avevamo idee diverse su De Gaulle. La mia era una posizione giusta ma troppo incerta nell’esposizione. Da qui un misto di apatia e curiosità.

Nel 1967 frequentavo molto le librerie e mi stavo appassionando per riviste atipiche (*Quaderni Piacentini, Montley Review, Quaderni Rossi, Film Critica*) esposte alla Feltrinelli o nelle piccole librerie che stavo proliferando come funghi. Dall’anno precedente, per motivi inutili da ricordare, avevo iniziato a lavorare nel trasporto aereo e, con mia grande sorpresa, fui eletto membro della Commissione Interna col sindacato CGIL. La frattura era esplosa. Un mix di studi spontanei, attività politiche, pratiche amorose mi decisero di iscrivermi a Filosofia sempre alla Sapienza. Arrivava il 1968...

Nel caos creativo di quegli anni, riuscivo a coordinare politica, università, famiglia. La partecipazione ai movimenti mi esaltava, mi fece muovere dalle mie paludi, ci si incontrava e discuteva per ore, mangiando, fumando, amreggiando. All’università si aprirono improvvise le dighe dell’autoritarismo e riuscivo a superare ogni esame studiando di notte o negli autobus fino a scoprire la *Scuola di Francoforte* e rimanerne affascinato. La famiglia ebbe un *exploit* imprevisto: una cara amica venezuelana mi offrì due dritte: incontrare un prof di Antropologia Culturale che amava i “francofortesi” e di pubblicare un libro che a lei non andava proprio. Da questa casualità, diventai ricercatore all’università e pubblicai *Dialettica della Famiglia* che fu tradotto e pubblicato a mia insaputa dall’*Editore Brasiliense*, all’epoca molto avanzata da Caio Graco Prado con cui diventai amico dopo il mio primo invito a Sao Paulo che cambiò la mia vita.

Sia le mie tesi sulla *Dialettica dell’Illuminismo* che il libro avevano come base la dialettica, come si evince dai titoli. E la dialettica all’epoca era per me uno strumento logico e politico, attraverso cui affrontavo le questione connesse a soggetto – oggetto in una visione di liberazione reciproca, liberare umani e merci dal reciproco processo di reificazione che trasformava

entrambi soggetti e oggetti in esseri alienati. Per me furono determinanti la Fenomenologia dello Spirito di Hegel in particolare il capitolo Servo-Padrone. Il padrone perde la sua relazione con l'oggetto che viene sussunta dal servo; ma il servo avendo piena connessione e conoscenza con la cosa ormai separata dal padrone, che ha messo il servo tra il sé-soggetto e la cosa-oggetto, finisce col detronizzare il padrone. Perché è il lavoro che stabilisce il potere – politico e gnoseologico – tra i soggetti. Marx riprese tale dialettica e la applicò al lavoro salariato, anche se nei *Manoscritti del '44* (1967) la sua posizione affrontava anche il rapporto con la natura, quindi una riflessione filosofica più ampia rispetto all'era industriale.

Nel dramma che attraversò l'Europa intera (e non solo) tra le due guerre mondiali, il tema della reificazione degli umani e del feticismo delle merci fu ripreso prima dal giovane Lukacs che, legatosi a Stalin fu costretto ad abiurare quel testo; poi da una nuova generazione di studiosi – Adorno (1937, 1955, 1966), Benjamin (1986), Marcuse, Fromm, Horkheimer ed altri – svincolati dal mito del comunismo realizzato in un solo paese rifiutarono di sottomettersi al PCUS e che cercarono di estendere la reificazione oltre la produzione delle merci e quindi oltre la centralità della fabbrica.

La ricerca fondamentale che diede una svolta alla mia formazione fu *L'autorità e la Famiglia*, diretta da Horkheimer che mostrava chiaramente l'insufficienza della cosiddetta dialettica marxista che avrebbe affermato la centralità della struttura economica per definire le varie forme culturali tra cui appunto la famiglia. Saggi illuminanti furono quelli di Marcuse, che spostava l'origine dell'autoritarismo nella famiglia in Lutero, quindi prima della crisi post-bellica. E ancor più di Fromm che fece una ricerca empirica applicando la psicoanalisi nella ricerca sociale e facendo emergere che gli operai – anziché essere portatori "oggettivi" di una rivoluzione che avrebbe affrancato tutto il mondo – praticavano violenze sessuali e replicavano l'autoritarismo violento e sessista dentro la loro famiglia. Insomma il modo di produzione capitalistico non era l'unico responsabile del nazi-fascismo, in quanto una tradizione autoritaria era basata sia sulla religione luterana e sia sulla sessualità operaia.

Il problema era più complesso: la dialettica sembrava incepparsi. I rapporti tra umani, merci, natura si mescolavano, i cui risultati apparivano privi di sintesi alle mie conclusioni parziali dell'epoca. Il corpo aveva le sue erotiche, la famiglia i suoi drammi, la natura le sue violazioni, gli istinti le loro autonomie irregolari e scomposte, le arti le loro imprescindibili immaginazioni di libertà creativa, le stesse religioni non si risolvevano dall'essere dipendenze oppiacee, i giovani iniziavano a manifestare non solo diritti quanto piaceri di una generazione che entrava dentro la Storia per modificarla.

NEGAZIONE

E' stato Adorno che comprese uno degli aspetti irrisolvibili dalla dialettica. La sintesi, infatti, a suo avviso rovesciava la tensione irriducibile della negazione, critica concreta dell'esistente, in un nuovo positivo (*aufhebung*). Anche se la dialettica era basata su un processo di mutamenti infiniti, l'affermazione positiva della dialettica attraverso la sintesi trasformava il pensiero critico in apologia dell'esistente. Questa visione era chiarissima al filosofo, non tanto verso la politica, anche e direi soprattutto per la costruzione del partito secondo un modello storico ben chiaro, quanto per la riflessione finale sull'estetica che si basava sulla dialettica negativa. Nell'arte, sosteneva, la tensione irriducibile sta nel dissolvere le forme dell'esistente verso visioni totalmente altre.

Tale profonda posizione di Adorno mi affascinava eppure sentivo che era un tentativo parziale e quasi disperato di mantenere anche parzialmente in vita il pensiero da cui si era formato. Se Hegel e Marx avevano chiaramente centralizzato il momento più vitale della dialettica nella contraddizione (e quindi nella potenza della negazione), la scoperta di Freud gli fece ancor più accentuare la visione tragica delle pulsioni e della cultura in generale.

In questo periodo si stava diffondendo una certa importanza della socio-biologia nelle sue connessioni all'etologia e all'antropologia. Il testo di Wilson fu occasione di accesi dibattiti, uno dei quali diventò abbastanza noto per le posizioni radicalmente opposte. Insomma, gli antropologi rifiutarono in blocco l'ipotesi de gene egoista e de cosiddetto *meme*. Mi trovavo d'accordo su questo posizionamento eppure a mio avviso qualcosa mancava nella critica culturalista. Nel partecipare a un convegno proprio su questo argomento presentai un paper basato sul concetto di *ipo-struttura*. E devo dire che piacque molto al mio professore dell'epoca, Armando Catemario. In breve, tentai di vedere le questioni umane legate non solo alla dialettica struttura-sovrastuttura, e su quest'ultima dimensione vi avevo già apportato le critiche fondamentali di Gramsci. Pubblicati molti anni dopo la sua morte, nei Quaderni del Carcere, Gramsci affermava con forza l'autonomia relativa della cultura, vista non più deterministicamente derivata dalla struttura, cioè dalla rivoluzione industriale. Tale visione ebbe un'importanza enorme nella nascita dei *cultural studies* che, come è noto iniziarono ad affrontare le ricerche empiriche basate su un'etnografia urbana verso le culture giovanili in Gran Bretagna.

Secondo me, la dialettica ignorava il potere delle dimensioni magmatiche sottostante non solo l'evoluzione dell'Homo Sapiens quanto dell'intero processo di civilizzazione. Gli istinti, le emozioni, le pulsioni, gli atteggiamenti "centrici" (eurocentrici, fallocentrici ecc.) avevano e ancora hanno potenti influssi sulla produzione culturale e industriale, nei comportamenti diffusi sia nel tempo

libero che nel tempo di lavoro. Per cui tentai di elaborare una sorta di riforma della dialettica ma che tale non si sarebbe più potuta chiamare basata su un'interazione triangolare tra pulsioni, cultura, produzione: cioè tra ipo-struttura, sovra-struttura e struttura..

Scrissi un saggio su questa ipotesi di "riforma" che tentai di affermarla in alcuni convegni, ma non ebbi la forza o la capacità di svilupparla in un libro compiuto. Averi avuto bisogno di finanziamenti, con certezza, ma ancor più di tempo: ritirarmi dalla vita accademica, dai suoi impegni quotidiani, che adoravo, per dedicarmi solo e unicamente all'ipo-struttura. Fu un fallimento. Eppure a volte penso che sia stato importante in quanto mi permise di abbandonarmi a qualcosa di inesplorato.

EPISTEME

Alla fine degli anni '80, che in genere sono considerati oscuri se non reazionari, ho iniziato a percepire e di avvicinarmi a un ascolto dell'episteme stonato. Nel senso che suonava fuori dalle armonie scientifiche date per la maggiore e che, quindi, emanava uno stridore pulsante, ossessivo, indisciplinato. La scienza, nel suo significato storico dell'Occidente, si determinava dal *logos*, intendendo con ciò l'oggettività della logica. In quegli anni si andava sviluppando un approccio diverso: forse qui *logos* aveva il significato affine all'*antropo-logia*: cioè discorso, dialogica, polifonia. L'area problematica quando diretta verso un approccio diverso si chiamò *sfida della complessità*. Potente progetto tra studiosi molto diversi che non cercavano sintesi alcuna, anzi, rispettavano la coesistenza nella costellazione complessa di direttrici diverse.

La dialettica era andata in pensione e con lei le relazioni logiche binarie tra soggetto e oggetto.

Le mie letture di quegli anni '80 si adagiarono calme e riflessive sull'opera di Gregory Bateson, su cui ho scritto tanto e tanto applicato nelle mie ricerche etnografiche. *Verso un'ecologia della mente* (1976) è un testo a frammenti, forse il libro fondamentale di un autore, che apriva spazi, prospettive, interpretazioni diverse da quelle tradizionali. Metalogo, doppio vincolo, sacro, ecologia mentale, trama-che-connette, natura-cultura, coevoluzione essere umano e ambiente, mappa-territorio: concetti in assemblaggio che aprivano l'episteme e dal *logos* lo avvicinavano alla *philia*. Per un caso, cioè per un mio studente intraprendente che era andato a New York presso l'Academy, ho avuto il libro dal valore inestimabile che Gregory scrisse e filmò insieme alla moglie Margaret Mead: *Balinese Character*. La trance ripresa in un rituale mostrava donne dai capelli lunghi che danzavano e si colpivano il petto violentemente col *kriss*. Altrettanto

e con più ferocia, per così dire gli uomini che finivano per storcere la lama dei pugnali che non penetrava la carne, irrigidita dall'alterazione.

Gregory si ritirò dall'antropologia e dagli antropologi ma uno scienziato innovativo, Norbert Wiener, lo invitò a partecipare al primo incontro che si sarebbe svolto tra un gruppo di studiosi dove si "inventò" la cibernetica. Wiener aveva letto il libro complesso di Gregory basato sulla sua unica ricerca sul campo tra gli Iatmul in Nuova Guinea, dove emerse un concetto "complesso": scismogenesi. La tendenza tra vari gruppi o clan a dividersi oppure rimanere uniti, molto in breve. Ebbene, l'ipotesi cibernetica si basava proprio sul feed-back o retroazione che aveva strane vicinanze con la scismogenesi. La ricerca è bizzarra. Un concetto emerso durante un rituale – in cui gli zii materni cercano di sedurre i nipoti danzando e strusciando il posteriore sui corpi dei fanciulli – era affine al modello della nascente informatica. Un bel problema epistemo-logico che forse si può affrontare con epistemo-philia.

I rapporti tra natura e cultura non sono più visti come dicotomici. Lo strutturalismo che ha radicalizzato tale modello si è esaurito come la dialettica di cui era un lontano discendente, forse il suo ultimo seguace. L'ecologia della mente è stata il primo e più radicale oltrepassare della dialettica. La connessione tra esseri che si scambiano informazione, siano umani, animali, vegetali, minerali, divini, espande il concetto di mente e lo diffonde tra ogni entità che è attraversata dai flussi di comunicazione. La natura diventa finalmente un essere vivente che respira, si muove, cambia; gli umani in quanto parte della natura co-creano le mutazioni sia genetiche che stratigrafiche. Ogni sintesi è impossibile con questa impostazione. Le varie e differenti menti interagiscono per assemblaggi continui, metamorfici, a frammenti mutanti, tipo un mosaico le cui tessere non rimangono ferme ma si spostano di continuo creando nuove immagini, anzi, le stesse tessere incorporano trasformazioni che le rendono in qualche misura estranee alle vicine, a loro volta straniere a sé stesse e alle altre. L'espansione di quello che si chiama "mente" alle diversità più distanti crea un modello di comunicazione sfaccettato nella sua profonda connessione tra ogni entità vivente. Si può sostenere che la dialettica *soggetto-oggetto* decade nella misura in cui l'ecologia della mente diffonde la soggettività a ogni creatura sacrale.

Immaginare che un pino glorioso, una roccia bizzarra, un elefante maestoso, una grotta misterica, un libro inquieto, il sorriso sconosciuto siano individui con le loro biografie e biografie: e che le loro storie sono parte costitutiva di me, del mio "me" che scivola nelle sue identità fluide assieme a tutte queste soggettività. E' tempo per affermare una diversa antropologia: che per ora provvisoriamente cerco di chiamare *antropologia-non-antropocentrica*.

COSTELLAZIONI

Tutto questo processo teorico, ancora abbastanza nebuloso, precipitò in una specie di Maelstrom al contrario. Per me, ormai naufrago della dialettica sia sintetica che negativa, sono stato risucchiato in un multiverso che non conoscevo se non per letture appassionate ma distratte o lontane. Accadde l'evento sotto il segno del divino *Kairos*, il dio della casualità improvvisa che va afferrata subito per il ciuffo dei suoi capelli sulla fronte, perché dietro è calvo e liscio come la palla su cui rotolano i suoi piedi alati. Un giorno mi telefona il mio editore della Savelli e mi dice che è arrivato un libro per me, tradotto, proprio *Dialettica da Familia*. Naturalmente corro a ritirarla e vedo che è un'edizione ottima, molto migliore di quella italiana, e che ha la prefazione di una filosofa: Olga Matos.

Per un misto di orgoglio e curiosità scrivo all'indirizzo della *Brasiliense* che sta nelle pagine interne. I tempi delle poste erano lenti e quelli brasiliani ancora di più. Però alla fine arrivò la lettera firmata da Caio Graco Prado che mi spiegò il caso: stava camminando per Milano quando entrò nella libreria Feltrinelli, molto nota in Italia, vide il mio libro, lo comprò e lo fece tradurre. Fece quattro edizioni in poco tempo ed è ancora citato dalle informazioni che mi arrivano quotidianamente.

In breve, mi invitarono a fare un corso all'università della USP. Ottenni un finanziamento da parte dell'Istituto Italiano di Cultura per diffondere e presentare alcuni film di Pasolini al MIS. Fu così che andai ad abitare a *Frei Caneca* e scoprii *Augusta*, una *rua* che mi fece subito innamorare e diventò la mia maestra per aprirmi tutte le strade non solo di Sao Paulo ma dell'intero Brasile. Ho raccontato le mie difficoltà all'arrivo nella prefazione della *Città Polifonica* (2019), quindi rinvio al testo per chi fosse interessato. Da quel lontano anno, il 1984 segnato da una previsione fosca da un celebre libro, ho iniziato senza soste l'attraversamento della complessità brasiliana, mettendo in discussione i principi classici su cui si basava la teoria, il metodo, la scrittura, le immagini e quel sentimento difficile a decifrarsi che mescola bellezza, emozione, spaesamento.

Una sera, passeggiando solitario lungo *rua Augusta*, maestra e amante, vidi uno strano disegno sulla vetrina di un negozio, forse di moda oppure un manifesto di un film nel mio cinema preferito. Lo disegnai nel mio taccuino perché mi ricordava qualcosa del liceo: una χ . Molti anni dopo, riprendendo quel taccuino col disegno ebbi un'idea. Ero stato un paio d'anni a Florianopolis per insegnare in una villa, offertami dalla prof che mi aveva invitato, posta su un promontorio, da dove potevo vedere la *lagoa* da un lato e dall'altro il mare. Il panorama incrociava la distesa lineare di acqua calma e il movimento ondoso di acqua agitata. Da quel *morro*, mi è venuta una prima confusa immagine di

una costellazione e grafica che poteva configurare la lenta mobilità concettuale (*festina lente*) con la forma della χ (pron. chi, *ch* aspirato).

La linea retta mi ha evocato **Filosofia**, così calma, decisa e obliqua, dal segno forte tra la sua storia formidabile e un presente incerto per sempre “amica del sapere”. La linea contorta mi è parsa **Antropologia**, così agitata, corsara e sinuosa. Entrambe hanno matrici europee (da Talete a Zenone, da Senofonte a Tacito, da Malinowski a Lévi-Strauss), accese dal comprendere il cosmo in generale e incuriosite verso le diverse culture extra-europee. L’una solidamente seduta nella propria polis, l’altra lievemente viaggiante nei diversi mondi: mi sono sembrate entrambe, alquanto inadeguate, per le loro crescenti divergenze.

Poi ho percepito un determinante terzo punto: nel loro punto d’incontro liminale, un crocicchio stregato e indefinito, ho immaginato che si poteva incrociare **Etnografia**, indisciplina della ricerca empirica sul campo. Se è stata generata da Antropologia con un curriculum denso di Filosofia, Etnografia ha scelto da qualche tempo di non appartenere a nessuno, in quanto *lei* si poteva definire erede e traditrice di entrambe. Nel rifiutare sistemi conclusi, paradigmi fissati, teorie generaliste, stereotipi dilagati, *lei* sonda concetti, riti e miti, simboli e culture da ogni dove, rivendica passioni micrologiche singolari, osserva tutto con arti riflessive, colleziona dettagli, residui, scarti, margini; rifiuta sdegnosa l’intervista e adora la dialogica tra soggetti diversi e per questo uguali, infatti si è uguali perché si è non-identici; a volte fotografa o filma sempre insieme all’altro, coinvolgendo persone o strade, foreste o edifici; adora l’auto-rappresentazione “nativa”, che il digitale facilita, osserva con sguardi partecipati gli eccessi nei social network. In questo presente impreveduto, familiare e straniero – anziché separarsi – sembrano mescolarsi per liberare aperturismi e pretendere isolazionismi.

Etnografia è ricerca solitaria nei contesti più estranei o familiari, cercando di interrogare e interrogarsi tra micrologie parziali e sfuggenti. Perché, tra l’altro, Etnografia è riflessiva: il ricercatore si interroga sempre su sé stesso nel mentre si confronta con l’altro, cosa o persona; apprende a esplicitare le proprie emozioni non rimosse o sopresse; a volte desideri, fobie, angosce, passioni, immaginazioni possono essere tratti decisivi della ricerca. L’etnografo *si osserva mentre osserva*, dialoga con l’altro e con sé stesso, salta con attenzione delicata tra dentro e fuori il *frame* del contesto empirico, perché la cornice epistemologica a volte va scorniciata. Uscire dal paradigma consolidato e forse rigido; abbandonarsi a metodi impreveduti; immaginare epistemologie complesse.

La ricerca sul campo è la parte più viva e degna non tanto per chi sta all’università, quanto per chiunque voglia mettere in gioco le proprie certezze e sfidarle. Ricerca è abbandonarsi all’ignoto che ci circonda per tentare di chiarirne alcune parti – dalle arti alla comunicazione, dall’analogico al digitale, dall’architettura

alla parentela. Abbandonarsi nel senso di *surrender*, che in una certa etnografia significa lasciarsi andare ai flussi della spontaneità, decentrando o allentando convinzioni teoriche e pregiudizi impliciti. Etnografia rifiuta affermazioni generaliste o teorie universaliste: ricerca sempre frammenti, li persegue con passione, a volte elabora un montaggio di questi frammenti raccolti nel corso del tempo e dello spazio, dal destino (*telos*) di presentarsi quasi sempre come temporanei. Il frammento può illuminare parzialmente un contesto o suggerire tendenze, ma non l'intera cultura di riferimento. Collezionare frammenti e infilarli in una collana di semi concettuali indefiniti è metafora iniziatica dell'ossessione etnografica: intravedere il movimento della costellazione.

La composizione di un saggio è diventata collezionare frammenti concettuali spazati che in un dato momento ho deciso di "fissare" – cioè di osservarli e osservarmi nel processo della scrittura. Tra le culture indigene del Brasile, in particolare Bororo e Xavante dove ho svolto le mie ricerche (Canevacci, 2013, 2017), le collane sono costituite da semi forati, a volte da sezione di conchiglie, spesso con piume multi-colorate o tratti di bianco cotone. Ne ho molte di collane regalatemi dai miei amici che non oso indossare, alcune sono bellissime e direi quasi uniche: allora le trasfiguro in filiere di frammenti concettuali geometrici che cercano di disegnare il senso enigmatico dell'altro: un rituale, una amicizia, un panorama. Una collana concettuale in movimento calmo e agitato, con moto e senza finale.

La lettera greca χ disegna la mia collana interminabile: il punto centrale è il crocevia mitico da cui diparte Etnografia, che evoca la profondità dissonante di Policleto e riattualizza la sua *filosofia scultorea in forma di chiasmo*. Nel ricercare la bellezza estetica del corpo da trasfigurare in statua, l'artista Policleto non deve raggiungere la perfezione della bellezza armonica. Attraverso la figura del chiasmo, il corpo genera incroci asimmetrici per ogni opera statuaria. Al contrario di quanto normalmente si afferma, il chiasmo non ha la lettera χ con due termini simmetrici da incrociare (X), bensì è la χ con tre segni divergenti, il cui punto centrale è un incrocio che non appartiene a nessuno: è il *limen* dove **Etnografia** innesta scambi dissonanti tra **Antropologia** e **Filosofia**, dove *lei etnografa* non è più filosofa ma non ancora antropologa, è il punto liminale dove tutto può mutare.

Costellazione incorpora il transito intrusivo di Etnografia che vuole spezzettare e masticare i sapori/saperi di Antropologia e Filosofia. Etnografia è il bolo masticato con sapienza golosa – *mastica-mistica* – quando sta fermo sull'oralità-antropologica, prima di essere deglutito nella gola-filosofica. All'incrocio "tra" non-più-masticato e non-ancora-inghiottito si colloca Etnografia dove subisce la sua mutazione liminale (la "muta" della pelle).

Costellazione non suggerisce alcuna pragmatica. Il suo compito è di schiarire la prospettiva offerta da un grappolo di concetti che cercherò di presentare e che sono cresciuti negli anni durante le trame del fare ricerca empirica in contesti troppo familiari e molto stranieri. Da queste “trame” emerge *un movimento empirico e concettuale* che è risultato cangiante tra *fieldwork* e *tavolino*. Empiria e teoria si sfidano con reciprocità chiastica saltando tra azione disordinata e calma sedentaria. Non si tratta di rendere emozionata la ragione: durante le ricerche sul campo la ragione è già emozionata nella sua immanenza sensibile.

Costellazione riprende il concetto elaborato nel secolo passato da alcuni filosofi sempre più attuali e lo sospinge nei territori – materiali e immateriali – dell’etnografia, precisando la morte della dialettica. Anche se qui non parlerò se non occasionalmente di Bororo, Xavante e Krahò – le mie esperienze di ricerche sul campo più emozionali e sapienti – i rituali di iniziazione giovanile, di trasfigurazione funebre o di alterazione mentale sono presenti tra gli spazi bianchi di righe, parole, margini. La prospettiva della *multi-sited ethnography* di George Marcus (1995) è illuminante per me, quanto il montaggio di citazioni per Walter Benjamin o l’assemblaggio dei dati per Gregory Bateson. Con tale approccio, l’etnografia non focalizza più un contesto unico per narrarlo con l’interpretazione “densa”, quando la disciplina studiava Iatmul, Samoani, Balinesi, Trobriandesi.

Nel processo delle mie ricerche etnografiche nell’*aldeia* di Meruri (proprio il villaggio di Lévi-Strauss nei *Tristi Tropici*) o Sangradouro (che Maybury Lewis definisce “dialettica!”), ho potuto capire che era impossibile comprendere queste culture come fenomeno isolato Solo attraverso le relazioni con le città vicine (Cuiabá o Primavera dell’Est), le lontane metropoli (São Paulo, persino Roma o New York), l’uso auto-gestito dei social network con *Aldeia Digital* o *Etnomida* mi potevano contribuire a schiarire le culture dette “native”. Questo termine è irrimediabilmente eurocentrico, in quanto anche gli “indigeni” esercitano un vissuto *multi-sited* saltando tra locale e globale. I miei amici Kleber Meritororeu, Felix Adonuenau, Domingos Mohoroé’o – e ancor più le nuove generazioni – hanno sempre transitato fisicamente tra *aldeia* e metropoli, viaggiando, studiando, facendo conferenze o manifestazioni politiche; sia ubiquamente con il digitale che ha favorito le connessioni tra loro e il resto del mondo. Attualmente posso affermare che le loro cosmologie si possono affermare grazie alle prospettive cosmopolite. La *multi-sited ethnography* si affaccia nel loro vissuto concreto e può ridisegnare il senso neo-coloniale dell’essere etichettato “nativo”.

Se ogni *aldeia* ormai non è più isolata (o quasi), il termine “corretto” di *nativo* – successore di primitivo, selvaggio, senza scrittura ecc. – dovrebbe essere valido per un bororo come per un romano. Allora se il mio amico tedesco non lo definisco nativo in quanto nato a Berlino, perché dovrei chiamare nativo

Adonuenau nato a Meruri? Forse perché si allude che è *più nato* del berlinese, nel senso che è o sarebbe più vicino alla natura fin dalla nascita. Un nativo più originale, puro, autentico, incontaminato. Sappiamo bene che nessuna nascita è solo naturale, bensì sempre culturalmente performata. Queste tassonomie più educate evocano e riproducono valori coloniali.

La ricerca etnografica attuale è transitiva (*in-between*) e sfida Antropologia e Filosofia a smuoversi dai loro scranni per ascoltare le tensioni, i conflitti, le passioni, le liberazioni che si accendono nei movimenti *de-nativizzati*. Una cosa per me è certa: la piena libertà degli europei, da cui si è originato il colonialismo, dipende anche dalla liberazione delle popolazioni cosiddette “native” pre-colombiane (e non solo). La mia stessa libertà ha dei limiti, finché si continuano a compiersi genocidi da oltre 500 anni. L'estrema fragilità di Yanomami e Kayapò, Bororo e Xavante è anche la mia fragilità, fragilità che si dovrebbe trovare il modo di rovesciare in liberazione verso ogni essere, umano e non. Liberazione di alberi tagliati perché preziosi come le pietre racchiuse nelle riserve, di animali sacri come la *onça* fondamentale nei rituali ora quasi sparita, liberazione anche delle divinità ancestrali espulse in esilio dai missionari.

Anche la mia libertà è *multi-sited*.

GRAFTSMI

Il nesso tra *feticismi*, *polifonie*, *sincretismi* è stato il mio primo approccio etnografico multi-sited, un trittico transitivo attraverso il quale cominciano a delinearci i contorni concettuali di una costellazione in movimento tra spazi/culture differenti. Di seguito presenterò in breve il disegno che mi si è chiarito nel tempo e che mi lascia ancora sospeso. Sottolineo che ciascun concetto costellare è stato sviluppato in testi specifici.

Feticismo si impone da subito per le teorie stupefacenti di Marx e le successive del giovane Lukács di *Storia e coscienza di classe*, in seguito con le letture continue di Benjamin, Adorno, Kracauer; gli sguardi trasversali di Bateson, Taussig, Fanon (1971). La svolta per me si è accesa negli ultimi dieci anni quando ho affrontato una ricerca empirica su oggetti, merci, cose, corpi, film, pubblicità, per cogliere le mutazioni prodotte dall'espansione visuale-digitale. Ho dovuto quindi articolare una genealogia antropologica sul feticcio per *de-reificare* il suo concetto, strapparlo dal suo presunto uso oggettivo e lacerare le tuttora egemoni matrici coloniali. È la *soggettività* della storia dominante che produce a volte significati *oggettivi* applicati ai dominati e spesso da loro sussunti (Canevacci, 2014; Freud, 1981, 1991).

Polifonia è il concetto più sentimentale, in quanto è emerso dalla mia prima ricerca empirica, una etnografia della comunicazione urbana a São Paulo. Avevo le letture di Bachtin (1988) applicate alla letteratura, per cui l'osservazione verso una grande metropoli (le sue "narrative") ha comportato un mutamento di prospettiva, ha implicato uno squilibrare la mia formazione benjaminiana su Parigi, Berlino, Napoli. Tutto grazie a un Bachtin ignorato e isolato nei Soviet. I frammenti urbani si sono fatti polifonici e dialogici, non più dialettici o sintetici. La stridente dissonanza metropolitana doveva trovare molteplici forme compositive, da qui la scelta di svolgere tre voci soliste: saggista, etno-poetica, visuale.

Sincretismo è tutto un danzare concettuale brasiliano. Fin dalle mie prime esperienze, tale concetto è emerso immediatamente nella tradizionale versione religiosa afro-brasiliana, applicata al Candomblé, ma ancor di più sul versante culturale costituito da musica, moda, cibo, cinema, architettura. Insomma credo di aver assorbito la geniale rivoluzione antropofagica delle avanguardie paulistane degli anni '20 del secolo scorso, per inserirla in una visuale diversa che ho cercato di definire *sincretismi culturali*.

Eteronomia e **Diaspora** sembrano sorelle gemelle eterozigote. **Eteronomia** si manifesta nel mio percorso grazie alla scoperta di Fernando Pessoa e al suo *desassossego do eus*, ovvero l'inquietudine dell'io che si pluralizza nel pronome mantenendo la preposizione al singolare e sfidando le grammatiche. La parola portoghese ha poi una bellezza sonora barocca scandita da cinque "s", che ben rende il ritmo sibilante di un oltre plurale. Una sfortuna che Bachtin non lo abbia letto: Pessoa è molto più polifonico di Dostoevskij e affine al contemporaneo Pirandello, a prescindere dal valore letterario (Pessoa, 1980).

Diaspora è arrivata più tardi in seguito alle letture post-coloniali: Paul Gilroy (2003), Homi Bhabha (2001), Arjun Appadurai (1986) mi hanno illuminato con i loro testi e ho ripensato alle geniali anticipazioni di Franz Fanon, il cui pensiero è ancora attivo e anzi si accresce nel tempo. Con la mia passione per Edward Said e Daniel Barenboim (2002), ho cercato di sviluppare la diaspora in senso individuale e non più collettivo, uno sradicamento spaziale che preserva alcuni tratti identitari del passato per trasfigurarli in progetti di vita presenti-futuri. Scenari di mutamenti cosmopoliti in atto attraversano diaspore soggettive ben localizzate.

Stupore ha origine nell'appassionata discussione epistolare tra Benjamin, accerchiato nella Biblioteca di Parigi, e Adorno già esule negli Stati Uniti. La critica adorniana all'amico più adulto, impostata con l'uso del "lei", si basa su un concetto incandescente: la *stupita fatticità*, cerchio magico dentro il quale starebbe rinchiuso Walter Benjamin. La risposta di quest'ultimo è ancora adesso luminosa. In definitiva la dialogica tra i due sviscera le relazioni possibili tra

reificazione e pietrificazione, tra storia e mito, per cui la sola lotta politica o intellettuale all'alienazione delle merci è insufficiente. Le implicazioni arcaiche ritornano col potere spesso cieco, devastatore, incontrollato del mito e si incollano nelle merci mimetiche o nell'industria culturale. Da questa discussione irrisolta, lo stupore filosofico si è intrecciato con lo stupore antropologico, che per altri sentieri stava accompagnando la ricerca sulla comunicazione visuale: da qui il tentativo arduo di sviluppare lo *stupore metodologico* attraverso la disposizione di un corpo poroso nell'attimo prima di incontrare l'altro – lo sconosciuto.

Ubiquità è il beniamino, in quanto ultimo arrivato. Concetto emerso da solo, quasi per partenogenesi, durante le mie condizioni diasporiche a São Paulo e soprattutto a Nanjing, dove per sei mesi ho insegnato col privilegio di usare internet, mentre agli studenti (di comunicazione!) era negato nelle ore libere serali. Per cui poter comunicare – anche simultaneamente – con amici, parenti, conoscenti ha accresciuto la mia vivibilità da *straniero assoluto*. Mentre in Brasile ero *straniero relativo* perché sapevo camuffarmi sincreticamente, oltre a parlare portoghese, cosa che in Cina sarebbe stato impossibile. Le mutazioni del concetto dalla matrice religiosa (un dio occhiuto che ti osserva ovunque) verso quella digitale, ha implicato atteggiamenti diversificati. Al piacere di sentirmi parzialmente ubiquo, comunicando nello stesso tempo in spazi diversi, fanno riscontro le crescenti reazioni localistiche di rifiuto per ristabilire una territorialità inamovibile – fisica e psichica, familiare e lavorativa. Un localismo “puro” immaginato come salvezza contro le accelerazioni comunicazionali da cui non pochi si percepiscono emarginati (Canevacci, 2015, 2016).

Genere ha le basi fondative nelle mie ultime lezioni, quando ho cominciato a esplicitare la traduzione di *antropo-logia* (discorsi sugli esseri umani oltre l'antropocentrismo) e cultura (popolare, di massa, di avanguardia, analogico/digitale, valori, credenze, comportamenti ecc.). E successivamente sviluppavo il concetto di *genere*: sostenendo che, se i sessi sono due, i generi sono infiniti, con riferimenti al rapporto tra biologia e cultura, all'evoluzione delle specie e all'antropocene che include da sempre le mutazioni tecno-culturali.

Indisciplina è arrivata solitaria quando è stato chiaro che le dichiarazioni a favore dell'*interdisciplinare* non portavano a nulla o a poco e che il problema era il nesso tra la divisione sociale del lavoro e quella disciplinare del sapere. Facoltà, dipartimenti curricula erano (sono) troppo legati a un sistema *disciplinato* per favorire l'espansione della ricerca. Indisciplina non è uno scomposto fare-come-ti-pare, bensì favorire le scelte di ricercatori o studenti che – sulla base di precisi progetti – dovrebbero avere il diritto di innestare saperi-in-chiasmo (Said, 1978, 2006).

Amicizia – che è vicina al genere – mostra una relazione che emerge nella sua bellezza disinteressata. *Lei* ci spinge e ripensare le amicizie perdute, quelle

riscoperte, quelle aumentate e persino quell'amicizia espansa" che, pur nei loro limiti, i social network favoriscono. Durante la prima fase della pandemia, stavo in una condizione che ho definito *solitudine non solitaria*. La separazione casuale e forzosa dalla mia famiglia in Brasile mi ha dato la possibilità di sperimentare l'amicizia espansa con persone mai conosciute dal vivo: ebbene i risultati sono in gran parte vitali e fecondi. È pur vero che Amicizia si basa e cresce sulla condivisione delle esperienze, piuttosto che delle sole idee e dei commenti sui *social*. Detto in altro modo, esercitare esperienze in comune favorisce la crescita amicale di idee affini ma non identiche. Senza esperienze comuni, Amicizia è un sentimento bello quanto incerto.

Marx66 è una meta che arriva alla fine o all'inizio di un viaggio periferico-centrale, con una proposta biografica che sollecita eccessi identitari. Inseguendo la mia ricerca sul quartiere dove attualmente vivo (Pigneto), dopo un ritorno alla "mia" città, scopro di essere diventato parzialmente straniero a casa. *L'origine è la meta*, dice con ironia Karl Kraus, solo che nel ritorno (*nostos!*) l'origine non è più la stessa. Per fortuna. Vivere l'estraneazione domestica, cercare di convivere più che di liberarsene, è un tratto molto comune (e ossessivo) per tante persone nelle esperienze quotidiane dentro o fuori la "propria" città che si scopre *impropria*. Da qui lo stupore nell'aver visto di notte, nella "mia" Roma alla stazione Termini, *Marx* ridotto a fermata di autobus verso una periferia assegnata alla filosofia. *Marx 66* sembra invocare una rigenerazione della critica, per affrontare esattamente questa incomprensibile mutazione "in" comune. Così ho deciso di dirottare *Marx 66* verso la storica anagrafe che sta in una via dedicata a un grande sindaco: Petroselli. Qui affronterò diversi uffici per risolvere la questione connessa alle mie ubiquo *carte di identità*.

Per ora, il disegno di **Costellazione χ** sommuove questi concetti, li sfida, li mette in transito e in montaggio, persino li "informa", a volte utilizza questi stessi concetti oltre o contro sé stessi, spesso li incrocia con estetiche asimmetriche che inseguono l'ignoto. *Ubiquità sincretica. Eteronomia polifonica. Stupore generativo. Feticismo diasporico*. Il vagare tra filosofia e antropologia dei vari concetti iscritti nella costellazione stabilisce una reciproca quanto scombinata influenza "costellare"; lo sguardo del ricercatore la osserva da lontano dopo essere stato vicinissimo, anzi, dentro ogni minuscolo frammento raccolto con l'etnografia. La costellazione diviene mutante nell'assemblare i vari concetti-in-transito, in quanto il suo disegno si *ri-disegna* nel processo riflessivo donando ansia e felicità. Costellazione χ è la sfida di coniugare Antropologia e Filosofia nei loro territori noti e, inevitabilmente, in quelli inesplorati di Etnografia. Costellazione χ sembra voler riattualizzare un detto latino che appassionò nel Rinascimento fiorentino: *festina lente*. La tartaruga che naviga *lentamente*

veloce nei mari e nei cieli, sembra essere adatta all'attuale sfasatura tra lentezza analogica e velocità digitale. L'ossimoro, si sa bene, non si può risolvere bensì è destinato a essere attraversato. Costellazione χ si illumina per insoddisfazione verso lo stato delle cose, perché le cose, ogni cosa, non ha *stato* bensì movimento. Perché *res* – la cosa più avanzata e inattuale della politica – è *publica*: ed è persino singolare-plurale. Cercare di individuare alcuni di tali movimenti – incrociati e inaspettati – è scopo di questa Costellazione χ . Perché, se l'origine è mutata e mutante, la meta è vaga e vagante: su questo altrove sfocato è possibile allenare il *corpo d'occhio* per fissare, interrogare e interpretare i disegni sfocati, vaganti, mutanti in forma di *rebus*: attrattori enigmatici che hanno il potere di dissolvere le certezze acquisite appena si cerca di fissarle su carta. ■

RIFERIMENTI

- Adorno, T. W. (1937). Spätstil Beethovens. *Der Auftakt*, 17(5-6), 65-67.
- Adorno, T. W. (1955). *Minima moralia*. Einaudi.
- Adorno, T. W. (1966). *Dialettica negativa*. Einaudi.
- Appadurai, A. (Ed.). (1986). *The Social Life of Things*. Cambridge University Press.
- Bachtin, M. (1988). *L'autore e l'eroe*. Einaudi.
- Bhabha, H. K. (2001). *I luoghi della cultura*. Meltemi.
- Bateson, G. (1976). *Verso un'ecologia della mente*. Adelphi.
- Barenboim, D., & Said, E. (2002). *Parallels and paradoxes: Explorations in music and society*. Pantheon.
- Benjamin, W. (1986). *Parigi capitale del XIX secolo*. Einaudi.
- Canevacci, M. (2013). *The line of dust: Bororo culture between tradition, mutation and self-representation*. Sean Kingston.
- Canevacci, M. (2014). *Fetichismos visuais: Corpos eróticos e metrópole comunicacional*. Ateliê Editorial.
- Canevacci, M. (2015, 20-24 aprile). *Ubiquitimes: The ethnographic experiences of digital cultures and the syncretic mix of spacetimes* [Articolo presentato]. Seminário sul "Tempo", Instituto de Estudos Avançados, Universidade de São Paulo, São Paulo, SP, Brasil. <https://bit.ly/3txW8sN>
- Canevacci, M. (2016). *Digital ubiquity in the Anthropocene*. *Antrocom Online Journal of Anthropology*, 12(1), 5-12.
- Canevacci, M. (2017). *Antropologia della comunicazione visuale*. Postmedia Books.
- Canevacci, M. (2019). *La città polifonica*. Rogas.
- Fanon, F. (1971). *Opere scelte*. Einaudi.
- Freud, S. (1981). Feticismo. In S. Freud, *Opere di Sigmund Freud* (Vol. 10, pp. 487-497). Bollati Boringhieri.

D

Epistemophilia

- Freud, S. (1991). Il perturbante. In C. L. Musatti, *Opere di Sigmund Freud* (Vol. 9, pp. 81-114). Bollati Boringhieri.
- Gilroy, P. (2003). *The Black Atlantic*. Meltemi.
- Marcus, G. (1995). Ethnography in/of the World system: The emergence of multi-sited ethnography. *Annual Review of Anthropology*, 24, 95-117.
- Marx, K. (1967). *Il Capitale*. Editori Riuniti.
- Pessoa, F. (1980). *O eu profundo e os outros eus*. Nova Froneira.
- Said, E. (1978). *Orientalism: Western concepts of the Orient*. Pantheon.
- Said, E. (2006). *On late style: Music and literature against the grain*. Pantheon.

Articolo ricevuto il 18 Ottobre 2022 e approvato il 16 Novembre 2022.

Reflexos, reflexividade, refração: Consequências de uma escolha!

*Reflexes, reflexivity, refraction:
Consequences of a choice!*

■ NILDA JACKS^a

Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação,
Programa de Pós-Graduação em Comunicação. Porto Alegre – RS, Brasil

RESUMO

Este artigo trata da produção intelectual realizada entre a dissertação de mestrado defendida em 1985 no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo e a pesquisa mais recente, em desenvolvimento. O objetivo é identificar as marcas deixadas pela formação obtida em nível de pós-graduação, **considerando** que o doutorado foi realizado no mesmo programa, relacionando-as às pesquisas realizadas durante a trajetória acadêmica.

Palavras-chave: Formação acadêmica, pesquisa, trajetória acadêmica

^a Docente no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Bolsista de Produtividade do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq).
Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-1625-2619>.
E-mail: jacks@ufrgs.br

ABSTRACT

This paper examines the intellectual production developed between the master's thesis defended in 1985 under the graduate program in Communication in the Art and Communication School at University of São Paulo, and the most recent ongoing research. It seeks to identify the marks left by a graduate academic education, considering that the PhD was developed under the same Program, and relating it to other research performed during the academic path.

Keywords: Research, academic education, academic path

D

PROCESSOS AUTORREFLEXIVOS COSTUMAM surtir efeitos surpreendentes em quem os realiza. Não foi diferente ao preparar o Memorial, ponto de partida para este texto, para progressão à Professora Titular da Faculdade de Comunicação e Biblioteconomia (Fabico) da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Revisar a produção realizada desde a dissertação de mestrado, cursado na Escola de Comunicações e Artes (ECA) da Universidade de São Paulo (USP), redimensionou a percepção do percurso acadêmico realizado até então. Foi como encontrar as conexões, os desvios, as complementariedades, as lacunas, mas acima de tudo as marcas de uma vida dedicada à pesquisa e a determinadas questões e suas motivações. Além da trajetória de pesquisa, foi possível dimensionar também a repercussão na formação de novos pesquisadores – bolsistas de iniciação científica, mestrandos e doutorandos – e na formação de coletivos para atuação em grupos de pesquisa.

Em um texto anterior, “Pesquisar é se Tornar Aprendiz!” (Jacks, 2021), também consequência da experiência de escrever o referido Memorial, tracei algumas considerações sobre a produção, o processo pelo qual passei e o longo aprendizado acerca dos temas, das questões, dos procedimentos metodológicos: os frutos dessa trajetória.

Aqui vou tentar retomar tudo isso na relação com minha formação no mestrado e doutorado na ECA/USP, realizados entre 1985 e 1993, para destacar as marcas deixadas nessa experiência fundante de minha trajetória, que já tem quase quatro décadas.

Nunca havia realizado uma pesquisa acadêmica quando decidi fazer mestrado, pois na época não havia sido implementado o Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) na Faculdade de Comunicação Social (Facos) da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), na qual me graduei e era professora auxiliar. Por outro lado, nunca havia morado¹ fora do Rio Grande do Sul quando decidi tentar a seleção na ECA, um dos quatro² Programas de Pós-Graduação (PPG) em Comunicação existentes no país, em 1984.

O fato de ter escolhido esse programa definiu os rumos da pesquisa que realizei durante a minha formação de pós-graduação e nos anos subsequentes como pesquisadora emergente no campo. Foi lá que fiz cursos que me possibilitaram estudar as relações entre comunicação e cultura, os quais foram ao encontro da graduação em Artes Plásticas e Comunicação Social, aglutinando e potencializando os aspectos dessa formação.

O ambiente teórico encontrado na ECA em poucos meses desfez a ideia original do projeto apresentado para a seleção, que era estudar a publicidade produzida para o meio rural gaúcho, uma vez que era graduada em Publicidade e

¹ Até os dez meses de idade vivi em Pindamonhangaba (SP), onde nasci.

² Os outros eram na Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP), na Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) e na Universidade de Brasília (UnB).

Propaganda. Mantive a publicidade como campo a ser estudado, mas a articulei com uma problemática emergente na época, que era a questão das identidades regionais na relação com a indústria cultural, frente ao fortalecimento do processo de globalização, visando entender suas imbricações.

O cenário foi o contexto da cultura gaúcha, em efervescência nos anos 1980, quando um movimento cultural renovador – chamado nativismo – desestabilizou um movimento anterior – chamado tradicionalismo –, o qual havia cristalizado as expressões culturais gaúchas em todas suas dimensões. A proposta teórica tensionava, sobretudo, afirmações sobre o poder dos meios de comunicação de fragilizarem, quando não de aniquilarem, as culturas populares, visão hegemônica em voga decorrente de teorias da manipulação.

Assim, a pesquisa de mestrado, publicada anos depois como *Mídia Nativa: Cultura Regional e Indústria Cultural* (Jacks, 1998), problematizou o papel dos meios na construção de identidades regionais, tendo como objeto empírico o movimento nativista e foco principal a produção publicitária gaúcha. Os principais conceitos desenvolvidos na pesquisa – indústria cultural e cultura regional – sofreram um processo de apropriação porque circulavam, naquele momento, com uma definição muito rígida para dar conta do fenômeno em pauta. Carlos Eduardo Lins da Silva (1980), sintonizado com o debate sobre cultura popular nos fóruns de comunicação da América Latina, sob a perspectiva gramsciana de hegemonia, ajudou a pensar que o conceito de indústria cultural poderia designar, na dissertação, a criação, produção e distribuição de produtos midiáticos destinados a seus públicos, liberado do sentido proposto por Adorno e Horkheimer para criticar a emergente cultura massiva na década de 1940. Ele entendia que a expressão poderia ter sido cunhada com objetivo mais retórico do que científico, mas que era útil para nomear a lógica do processo de produção cultural massiva.

Da mesma forma e sob a mesma perspectiva, Martín-Barbero, que acabava de chegar às discussões sobre as relações entre comunicação e cultura que se estabeleciam na ECA, ajudou a trabalhar com o conceito de cultura regional, de forma mais flexível. A partir dele, ela foi entendida em um sentido mais amplo, incluindo manifestações de caráter “erudito”, “popular” e “massivo”, instâncias historicamente imbricadas por determinações dos processos de industrialização e urbanização (Martín-Barbero, 1987). A dissertação foi produzida em momento de quebra de paradigma nos estudos de comunicação na América Latina, sendo que a identidade cultural foi tratada pelo ponto de vista das instituições, mas também dos agentes culturais, sujeitos vinculados tanto ao nativismo e ao tradicionalismo quanto aos meios de comunicação.

Na tese doutoral foi mantida a mesma perspectiva, mas sob um ângulo que avançou em direção aos sujeitos receptores e suas práticas culturais, também como consequência da chegada à ECA do que ficou conhecido como teorias latino-americanas. Publicada com o título *Querência: Cultura Regional como Mediação Simbólica* (Jacks, 1999), nela foi explorada a identidade cultural regional, mas agora na relação com a recepção de uma telenovela, tratando da mediação da cultura regional no processo de produção de sentido dos receptores. Estudar a telenovela também foi uma consequência de fazer doutorado na ECA, pois já havia lá uma forte tendência de considerar esse produto massivo com indiscutíveis elementos da cultura brasileira e com papel importante na constituição de identidades.

O cotidiano dos receptores, contexto essencial para entender os processos de recepção, foi incorporado ao objeto de estudo e nele foram identificados os elementos da cultura regional que eram vivenciados e que proporcionavam reconhecimento e sentido de pertencimento ao grupo estudado. Foram identificadas também as instituições que atuavam na construção e consolidação da identidade regional e os marcadores sociais presentes nos processos identitários dos receptores, além das articulações nas apropriações e interpretações dos valores veiculados pela telenovela *Pedra sobre Pedra*, da Rede Globo, de 1992. As telenovelas, depois de um período dedicado a outras questões, voltam ao foco também como um desdobramento da formação na ECA, como será comentado mais adiante.

Voltando à tese, em termos teóricos dois eixos articulados marcaram o estudo, que, segundo Maria Immacolata Lopes (1999), inaugurou em termos empíricos o empreendimento de considerar a teoria das mediações³, em emergência na América Latina naquele momento, no estudo das relações entre cultura e comunicação. No primeiro eixo, a problemática das indústrias culturais e seu papel na formação das identidades contemporâneas; no segundo, a mediação cultural e as práticas cotidianas na formação das audiências, tendo como autores norteadores Martín-Barbero (1987) e Canclini (1990).

Para tratar da identidade cultural regional, as noções de mestiçagem (Martín-Barbero, 1987) e de hibridação (Canclini, 1990) ajudaram a pensar a inserção dos meios em sua reconfiguração e, nesse cenário, a constituição das identidades das audiências. Eles, além de darem base à discussão teórica, pautaram os caminhos metodológicos, na medida em que realocaram a discussão sobre as relações entre cultura e comunicação, evidenciaram a natureza negociada da comunicação e redimensionaram o papel do receptor como sujeito ativo no processo de recepção.

O fato de ter definido o PPG da ECA como lugar de formação angulou de forma indelével tudo que realizei em minha vida acadêmica, tanto na formação

³Em relação à apropriação do conceito de mediações trazidas pela proposta barberiana, já em circulação no Brasil, houve a conjugação ao modelo das multimediasções, proposto por Guillermo Orozco Gómez (1991), autor que circulava nas publicações latino-americanas.

de novos pesquisadores quanto de minha própria pesquisa, pois de lá irradiou toda a discussão latino-americana realizada em fóruns pelo continente e, também, porque a Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom) era sediada na Escola à época.

A primeira pesquisa realizada como recém-doutora teve a parceria de duas outras “ecanas”, Doris Haussen e Carolina Escosteguy, que trabalhavam na Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUC-RS). Com a mesma matriz de formação, nos juntamos interinstitucionalmente para realizar a pesquisa *Indústria Cultural Gaúcha: Estudo dos Meios de Comunicação de Massa e sua Inserção na Cultura Local e Regional* (Jacks & Escosteguy, 1997), que deu sequência à intenção de relacionar comunicação e cultura, interesse das três, retomando a perspectiva de que a cultura de massa é um fenômeno intrínseco à contemporaneidade, cujos agentes estão inseridos no contexto sociocultural de que fazem parte e dele resultam.

Com esse foco, foram identificados e analisados a estrutura e os conteúdos da indústria cultural gaúcha – jornais, emissoras de rádio AM e FM, emissoras de televisão – das dez cidades com maior infraestrutura midiática. A análise de seus conteúdos foi realizada a partir dos referentes local, regional, nacional e internacional. Ou seja, sobre o conteúdo local as matérias deveriam ser produzidas acerca de e para a comunidade, e sobre o regional deveriam ser de interesse circunscrito à sociedade gaúcha. Os conteúdos de caráter nacional foram identificados como os que se referiam ao âmbito do país, e os internacionais os que não diziam respeito ao território delimitado por suas fronteiras. Também foram reconstituídas as histórias de cada veículo, assim como identificados seus proprietários, objetivo que se revelou inaugural para muitos dos veículos analisados, que não tinham suas trajetórias históricas sistematizadas.

Dois encontros acadêmicos – com Sérgio Capparelli, que voltava do pós-doutorado no Canadá, e com o dinamarquês Thomas Tufte, em um congresso em São Paulo – marcaram um novo desafio teórico-metodológico, pois decidimos trabalhar em uma pesquisa integrada⁴, que resultou na publicação de *TV, Família e Identidade: Porto Alegre “Fim de Século”* (Jacks & Capparelli, 2006).

Como vínhamos de duas tradições teóricas diferentes – economia política da comunicação e estudos culturais –, tivemos que acomodar nossas diferenças e superar o que vinha ocorrendo na área, ou seja, análises que contemplavam as macroestruturas sociais e/ou político-econômicas ou que desciam ao detalhe da mensagem, via semiótica, retórica, análise de conteúdo ou do discurso. Ambas deixavam de fora os sujeitos envolvidos nos processos e práticas relativos à comunicação. Na tentativa de superar esse cenário teórico-analítico, propusemos adotar uma perspectiva que contemplasse o entendimento da inter-relação

⁴Com Sérgio Capparelli e Nilda Jacks Pela UFRGS, por meio do Núcleo de Pesquisa Cultural e Recepção Midiática do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação (PPGCOM). Com Thomas Tufte, pela Universidade de Copenhague.

dos âmbitos macro e microsossial. Nosso propósito foi entender os sistemas – meios de comunicação – e os processos de comunicação, recepção e consumo midiático à luz de um arcabouço teórico interessado nas imbricações entre micro e macro contextos, entre estruturas e agentes, entre campos de produção cultural e práticas cotidianas, além de outras questões relativas à problemática.

Autores como Anthony Giddens e Pierre Bourdieu estiveram na base para sustentar uma ideia de sociedade que revelasse movimentos entre suas diversas esferas. Metodologicamente, fomos inspirados por modelos propostos pelos latino-americanos Jesús Martín-Barbero, Néstor García Canclini, Jorge A. González e Guillermo Orozco Gómez, os quais tratam das relações entre os meios e audiências a partir de uma densa trama teórica, operacionalizada por uma multimetodologia. Nicholas Garnham, Graham Murdock e James Lull também estiveram entre modelos inspiradores. As estratégias analíticas adotadas a partir dessas referências percorreram diversas vias e tomaram várias dimensões, vinculando Economia Política e Estudos Culturais, diálogo muito pouco estabelecido no Brasil até então, mas em curso na Europa, como demonstra o intenso debate entre James Curran e David Morley (Curran et al., 1998).

Assim, a análise macroestrutural – encabeçada pela equipe de Sérgio Capparelli – tomou tanto o polo da produção e da veiculação dos programas de televisão em Porto Alegre quanto as demais ofertas culturais, as quais foram estudadas do ponto de vista histórico e urbanístico, ressaltando suas transformações ao longo do tempo. A microestrutural, por sua vez – realizada pela equipe coordenada por Nilda Jacks, a qual também apoiou o trabalho de Thomas Tufte na cidade –, privilegiou o polo da recepção e do consumo midiático, trabalhando os eixos diacrônico e sincrônico de forma articulada. No diacrônico, a técnica de histórias de família teceu a trajetória de três gerações de cinco famílias, na intenção de descrever como as identidades étnica, familiar e regional construíram-se e transformaram-se de uma geração à outra, sob a influência ou não dos meios de comunicação presentes em cada época (jornal, rádio, TV aberta, TV por assinatura e internet). Essa estratégia permitiu também conhecer como a instituição familiar contribuiu para a formação de seus membros como audiência televisiva, no que diz respeito à preferência por gêneros e tipos de programas, ao tipo de relação com o meio, à definição de papéis na estruturação do conhecimento, das opiniões, das visões de mundo etc. No eixo sincrônico, a etnografia da audiência – desenvolvida por Thomas Tufte – produziu dados sobre o cotidiano e as relações sociais e familiares de um núcleo de cada uma das cinco famílias, a fim de revelar as práticas culturais e os usos dos meios, em especial a TV a cabo, a qual conecta a cultura global com a local⁵.

⁵ A análise final teve a supervisão de Klaus Jensen, na Universidade de Copenhague, Dinamarca, como atividade de pós-doutorado com bolsa do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq).

Para dimensionar o papel da televisão no processo de reconfiguração da identidade regional, foi realizada paralelamente à pesquisa anteriormente descrita uma análise dos discursos sobre a identidade gaúcha, publicado em *Identidade Cultural como Formação Discursiva* (Jacks, 2018). O objetivo foi atualizar a discussão pós-irrupção do movimento nativista nos anos 1980, o qual havia sido tratado tanto na dissertação quanto na tese, tomando como corpus a coleção “Nós, os Gaúchos”⁶, publicada na década de 1990. Além dos discursos sobre o gauchismo, foram identificados também os capitais culturais e sociais dos produtores desses discursos e de que perspectiva disciplinar/profissional escreveram seus argumentos sobre a identidade regional naquele momento.

A aposta teórica realizada nesse empreendimento foi considerar a identidade cultural como uma formação discursiva (Murdock, 1993) e como um “campo regional” (Bourdieu, 1989), a qual circula socialmente e é produzida por diversos agentes, entre eles a mídia e seus produtores. A aproximação entre os dois autores deu arcabouço para trabalhar representações que são fruto de estruturas de poder, mas que não são estáticas e sofrem mudanças que acompanham os movimentos da história. Objetivamente, foram cotejadas as categorias bourdianas de *representações mentais* (língua, sotaque, dialeto, caráter etc.), *representações objetais* em coisas (emblemas, bandeiras, hinos, indumentárias etc.) e em atos (estratégias de manipulação simbólica) com as de Murdock, que aponta três formações⁷ que distinguem a modernidade: 1) formações econômicas e políticas; 2) formações culturais e de saber/conhecimento; e 3) formações da vida cotidiana, em que os âmbitos anteriores são incorporados e vivenciados. Ele conceitua identidade cultural como maneiras organizadas de descrever e explicar o mundo social ou proporções dele, a qual compreende quatro elementos: 1) sistemas de classificação; 2) nomes e imagens favorita; 3) formas de argumentação e raciocínio; e 4) princípios de avaliação (Murdock, 1990). Apesar das formações discursivas estarem organizadas, não são necessariamente coerentes, pois podem apresentar inconsistências e contradições, além de desarticulações entre as conexões analíticas e as conotações ligadas a imagens preferidas, que são mais abertas a várias interpretações.

Nesse ínterim, a relação com a ECA volta a se estreitar quando um convite para participar do Observatório Ibero-Americano de Ficção Televisiva (OBITEL) foi feito por Maria Immacolata Lopes, no final dos anos 2000. Assim, o foco na relação dos sujeitos com a telenovela, abordada na tese doutoral, volta a pautar a nova fase da pesquisa. Sendo o OBITEL um projeto permanente de análise da produção e/ou do consumo de ficção, é possível acompanhar de forma sistemática as transformações em curso, dando oportunidade ímpar de atualizar coletivamente o debate sobre processos e práticas de recepção. Como os demais

⁶ Publicada pela editora da UFRGS, constituída de cinco volumes: *Nós, os Gaúchos* (1992), *Nós, os Gaúchos Volume 2* (1994), *Os Teuto-Gaúchos* (1996), *Os Ítalo-Gaúchos* (1996) e *Os Afro-Gaúchos* (1996).

Reúne 239 textos produzidos por 34 escritores, 31 historiadores, 26 professores de letras/literatura, 20 jornalistas, 13 professores universitários (artes, música, geografia política, educação física etc.), 10 políticos, quatro sociólogos, nove antropólogos, sete filósofos, cinco educadores, cinco músicos/compositores, cinco arquitetos, quatro religiosos, quatro médicos, três museólogos, três teatrólogos, três cartunistas, dois físicos, dois folcloristas, dois fotógrafos, dois cineastas, um cientista político, um livreiro, um editor, um economista, um advogado, um ecologista, um estilista, um artista plástico, um militar (ex-presidente da república), um diplomata e outros sem identificação mais precisa.

⁷ Murdock (1993) diz que é mais útil pensar a sociedade contemporânea em termos de *formações*, tanto a respeito das instituições como dos regimes, uma vez que o contexto sociocultural atual é constituído por um processo complexo e contraditório, incapaz de ser pensado somente em termos estruturais.

pesquisadores do OBITEL, tornou-se mandatória a adoção da nomenclatura *recepção transmidiática* para denominar as novas relações dos receptores com os meios frente à convergência midiática.

Nesse cenário, nossa proposta nas últimas quatro edições foi analisar longitudinalmente as telenovelas veiculadas pela Globo no momento da realização da pesquisa para o biênio. Fizeram parte do *corpus* as telenovelas *Passione* (Jacks & Ronsini, 2011), *Avenida Brasil* (Jacks et al., 2013), *Império* (Jacks et al., 2015b) e *Velho Chico* (Jacks et al., 2017c), na tentativa de acompanhar as mudanças e tendências operadas tanto na esfera da produção quanto na recepção. Para tal, os procedimentos metodológicos são sempre retomados para fazer o acompanhamento e comparação do comportamento das audiências em plataformas digitais, exercendo dessa forma a metodologia de observatório, ponto chave da proposta de nossa equipe. Em 2019, essas narrativas foram retomadas para explorar a criação de *mundos possíveis*, tema do ano, na busca da construção ficcional dos mundos populares (Jacks et al., 2019), dando continuidade ao modo sistemático de proceder nossas análises, mesmo que dessa vez não exatamente repetindo alguns procedimentos, como nas três edições anteriores, por força do tema do ano.

O pertencimento ao OBITEL foi fundamental para definir os rumos das pesquisas seguintes, como bolsista do CNPq e coordenadora do Programa Nacional de Cooperação Acadêmica (Procad), em 2013, pois o conceito de transmidiático (Jenkins, 2008) seguiu investigado em *Jovem e Consumo Midiático em Tempos de Convergência* (Jacks et al., 2015a) e em *Jovem Brasileiro e Práticas Midiáticas em Tempo de Convergência: O “Brasil Profundo”* (Jacks et al., 2021). Ambos os estudos foram desenvolvidos de forma comparativa e com cobertura nacional e regional, respectivamente, na tentativa de conhecer a relação de jovens de todas as regiões do país com as redes sociais digitais.

O objetivo da primeira pesquisa foi identificar as temáticas que mais circulavam entre jovens dos 26 estados e do Distrito Federal⁸, além das práticas e rituais referentes ao uso das plataformas mais utilizadas entre eles. Informações contextuais – históricas, geográficas, econômicas, demográficas, culturais, midiáticos etc. – sobre cada estado (Jacks & Toaldo, 2014) e sua capital (Silvestrin et al., 2016) foram produzidas para entender e tentar explicar as práticas juvenis. Contexto e situação são duas escalas importantes para designar o pertencimento dos sujeitos, forjando estratégias de triangulação para analisar uso de tempo e espaço e as práticas que aí ocorrem. Um estudo piloto combinado com uma pesquisa exploratória fez parte dos procedimentos, o qual, em termos técnicos, adotou um questionário aplicado a 10 universitários⁹ (moças e rapazes entre 18 e 24 anos), seguido de uma observação do perfil do Facebook de outros

⁸ Levantadas por equipes locais vinculadas à Rede Brasil Conectado.

⁹ Para mapear o consumo cultural e midiático. A observação do Facebook levantou práticas, rituais e conteúdos disponibilizados e encaminhados, além do consumo midiático e cultural.

10 jovens. Com esses dados iniciais foi formulado um questionário online, disponibilizado para jovens moradores das capitais.

A experiência exitosa com os jovens das capitais suscitou a vontade de algumas equipes da Rede Brasil Conectado de conhecer as práticas de jovens interioranos. A pesquisa *Jovem Brasileiro e Práticas Midiáticas em Tempo de Convergência: O “Brasil Profundo”*¹⁰ (2021) adentrou o interior de três estados na tentativa de conhecer um pouco da realidade dos jovens¹¹ que vivem distantes das metrópoles e pertencem a grupos sociais específicos. Jovens de pequenas cidades do interior do Pará, Sergipe e Rio Grande do Sul, assim como da área rural e ribeirinha e alguns pertencentes a quilombos, foram estudados em relação ao consumo midiático e às práticas convergentes no âmbito digital (Jacks et al., 2020).

Também tributária da formação na ECA, em especial na disciplina de metodologia da pesquisa, foi a inclinação para produzir metapesquisas, no intuito de atualizar o estado da arte da pesquisa de recepção e consumo midiático realizada nos PPG. Essa empreitada originou os volumes I, II e III de *Meios e Audiências* (Jacks et al., 2008), o primeiro destacando a emergência desses estudos no Brasil, o segundo a sua consolidação e o terceiro sua reconfiguração diante da convergência midiática, cuja sequência está em vias de produção para constituir o volume IV (previsto para 2023).

Em *Meios e Audiências* (Jacks et al., 2008), o corpus foi relativo à década de 1990, com um total de 49 pesquisas, nas quais foram identificados três tipos de abordagens teórico-metodológicas: sociocultural, comportamental e outras. Foram analisados também aspectos técnicos e empíricos para elaborar um estado da arte das pesquisas na área, visando propor uma agenda para a década seguinte, método seguido em todos os volumes. *Meios e Audiências II*¹² (Jacks et al., 2014) contempla o estudo desenvolvido entre 2000 e 2009, cujo corpus foi composto por 209 pesquisas, as quais focaram a relação empírica¹³ dos receptores com os meios. A abordagem sociodiscursiva, tributária da adoção das teorias do discurso, principalmente trazidas pelos estudos de jornalismo, foi a novidade encontrada. *Meios e Audiências III* (Jacks et al., 2014) tratou de um período mais curto – 2010 a 2015 –, intervalo reduzido para acompanhar as rápidas mudanças operadas pela convergência midiática, que trouxe o embaralhamento do papel do receptor, participando muitas vezes como produtor, e a inclusão das redes sociais no objeto de estudo.

Nesse volume, foi realizada a distinção entre estudos de recepção e de consumo midiático (Toaldo & Jacks, 2017), duas grandes vertentes de estudos latino-americanos, pois são problemáticas distintas, mesmo que relacionadas, as quais sofrem novas tensões com a convergência midiática, que também levou

¹⁰ Expressão inspirada em Guillermo Bonfil Batalla, que escreveu *México Profundo* (1989). “Profundo” foi uma noção cunhada para designar, entre as diferentes vertentes da sociedade mexicana contemporânea, a indígena. O México Profundo é a civilização negada, formada por uma diversidade de culturas, comunidades e setores sociais que constituem a maioria da população daquele país.

¹¹ A concepção de juventude adotada considera a impossibilidade de associá-la a uma definição única, relacionada a um período temporal. A condição física se reflete em ansios, emoções, experiências, signos usados e na própria força corporal, energia e capacidade produtiva, em um sentimento de invulnerabilidade. Outras variáveis, além da idade, são: geração na qual é socializado; gênero; condição familiar; e instituições a que pertencem

¹² Entre *Meios e Audiências I e II* foi publicado *Análisis de Recepción en América Latina: Un recuento Histórico con Perspectivas al Futuro* (Jacks et al., 2011). O estudo foi resultado de uma pesquisa integrada latino-americana que analisou a produção de quase todos os países do continente no período de 1990 a 2010. A rede de pesquisadores encontrou-se em Quito para discutir os primeiros avanços com especialistas convidados para construir uma agenda latino-americana a partir dos dados de cada país. Estiveram presentes Jesús Martin-Barbero, Guillermo Orozco Gómez, Valerio Fuenzalida e Maria Immacolata Lopes, que produziram textos nos quais propõem uma agenda de pesquisa para a América Latina.

¹³ Foi eliminada a abordagem chamada “outras”, porque são pesquisas que apenas supõem os receptores.

à diferenciação entre mídia e mídia social. Institucionalidade, formalidade e mecanismos de regulação caracterizam a primeira. Aparelhos telefônicos, disquetes, *pendrives*, tapumes, camisetas não foram considerados mídia, portanto, nem o corpo humano, como consideram alguns pesquisadores. Para Klaus Jensen (2010), o corpo humano, assim como os demais dispositivos citados acima, são meios de primeiro grau que fazem parte do desenvolvimento histórico deles. O'Sullivan (1993) afirma que essa noção é muito ampla e seu uso decresceu para dar lugar exclusivamente aos meios de comunicação de massa, que para Jensen (2010) são meios de segundo grau, os quais atuam de um-para-todos, ou seja, são basicamente os meios analógicos.

Mídia social, por sua vez, segundo Martín-Barbero (2015), é um canal de comunicação entre as pessoas e entre as instituições sociais e seus públicos. Eles produzem um conjunto de informações tecidas socialmente, que podem ser consultadas nas redes, o que Jensen (2010) chama de metamídia ou meios de terceiro grau. Por esse motivo e em razão da análise empreendida, as mídias sociais só foram consideradas no corpus quando sua utilização foi feita por algum veículo de comunicação para expandir seu relacionamento com as audiências, inseridas no processo de convergência midiática. Nesse caso, os processos de recepção e de consumo midiático podem ocorrer de maneira transmidiática, tratando-se das audiências em rede, fenômeno amplamente identificado na experiência de pesquisas junto ao OBITEL.

O longo processo que começou na década de 1980, com a primeira experiência de pesquisa ao realizar o mestrado na ECA/USP, ainda fecunda a pesquisa em andamento: *Recepção Fílmica e Espectatorialidade Cinematográfica: Explorações Teórico-Methodológicas*. Nela, como nas demais pesquisas desenvolvidas, questões fundamentais como partir do conhecimento da produção do campo e ter fortes bases metodológicas são compromissos selados com a formação recebida, expressas em texto anterior como “conhecer, assimilar, criar” (Jacks, 2020). Sem esse exercício reflexivo não há como avançar e inovar com bases sólidas. ■

REFERÊNCIAS

- Batalla, G. B. (1989). *México profundo: Uma civilização negada*. Grijalbo.
- Bourdieu, P. (1989). *O poder simbólico*. Bertrand Brasil.
- Canclini, N. G. (1990). *Culturas híbridas: Estratégias para entrar y salir de la modernidad*. Grijalbo.
- Curran, J., Morley, D., & Walkerdine, V. (Coords.). (1998). *Estudios culturales y comunicación: Análisis, producción y consumo cultural de las políticas de identidad y el posmodernismo*. Paidós.

- Moreno, M. M., Amozurrutia, J. A., & González, J. (Coords.). (2007). *Cibercultur@ e iniciación en la investigación interdisciplinaria*. Universidad Nacional Autónoma de México.
- Jacks, N., & Escosteguy, A. C. (1997). Indústria cultural gaúcha: Dados sobre a oferta. *Revista FAMECOS*, 7, 158-167.
- Jacks, N. (1998). *Mídia nativa: Cultura regional e indústria cultural*. UFRGS.
- Jacks, N. (1999). *Querência: Cultura regional como mediação simbólica*. UFRGS.
- Jacks, N., & Capparelli, S. (Coords.). (2006). *TV, família e identidade: Porto Alegre “fim de século”*. EdiPUCRS.
- Jacks, N., Menezes, D., & Piedras, E. (Coords.). (2008). *Meios e audiências: A emergência dos estudos de recepção no Brasil*. Sulina.
- Jacks, N. (Ed.). (2011). *Análisis de recepción en América Latina: Un recuento histórico con perspectivas al futuro*. Ciespal.
- Jacks, N., & Ronsini, V. (2011). Telenovela em múltiplas telas: Da circulação ao consumo. In M. I. V. Lopes, *Ficção televisiva transmidiática no Brasil: Plataformas, convergência, comunidades virtuais* (vol. 2, pp. 297-337). Sulina.
- Jacks, N., Oikawa, E., Grijó, W., Avancini, D., Piedras, E., Sgorla, F., Wottrich, L., Sifuentes, L., Silva, L., Pieniz, M., Feitosa, S., John, V., & Ronsini, V. (2013). *Passione e Avenida Brasil: Produção crossmídia e recepção transmidiática?* In M. I. V. Lopes, *Estratégias de transmediação na ficção televisiva brasileira* (pp. 179-215). Sulina.
- Jacks, N. (Org.). (2014). *Meios e audiências II: A consolidação dos estudos de recepção no Brasil*. Sulina.
- Jacks, N., & Toaldo, M. M. (Eds.). (2014). *Brasil em números: Dados para pesquisas de comunicação e cultura em contextos regionais*. Insular.
- Jacks, N., Toaldo, M. M., Schmitz, D., Mazer, D., Oikawa, E., Noll, G., Wottrich, L. H., Silva, R. T., & Moralejo, S. (2015a). Pequeno relato de um grande esforço: “Jovem e consumo midiático em tempos de convergência”. *Revista Contemporânea*, 13(1), 10-26.
- Jacks, N., Pieniz, M., Schmitz, D., Mazer, D., Oikawa, E., Sgorla, F., Sifuentes, L., Silva, L., Feitosa, S., John, V., & Grijó, W. (2015b). Telenovelas em redes sociais: Enfoque longitudinal na recepção de três narrativas. In M. I. V. Lopes, *Por uma teoria de fãs da ficção brasileira* (pp. 281-317). Sulina.
- Jacks, N., Piedras, E., Pieniz, M., John, V. (Orgs.). (2017a). *Meios e Audiências III: Reconfigurações dos estudos de recepção e consumo midiático no Brasil*. Sulina.
- Jacks, N., Sifuentes, L., Pedroso, D., Avancini, D., Oikawa, E., Sgorla, F., Miranda, F., Silva, L., Pieniz, & Feitosa, S. (2017c). Velho Chico: Mais um episódio na busca pelo fã de telenovela. In M. I. V. Lopes, *Por uma teoria de fãs da ficção*

- televisiva brasileira II: Práticas de fãs no ambiente da cultura participativa* (pp. 221-247). Sulina.
- Jacks, N. (2018). Campo cultural, formação discursiva e identidades: Diálogo com a noção de regionalidade. In M. Benetti & R. Baldissera, *Pesquisa e perspectivas de comunicação e informação* (pp. 57-73). Sulina.
- Jacks, N., Schmitz, D., Pedroso, D., Alves, D., Oikawa, E., Sgorla, F., Libardi, G., Wottrich, L., Sifuentes, L., Silva, L., Feitosa, S., & John, V. (2019). Construções de mundo: O popular da narrativa à recepção. In M. I. V Lopes, *A construção de mundos na ficção televisiva brasileira* (pp. 183-202). Sulina.
- Jacks, N., Toaldo, M., & Marques, J. (2020). Youth media practices in rural contexts: Aspects of “Brasil Profundo”. In C. Pereira, *Brazilian youth: Global trends and local perspectives* (pp. 69-96). Routledge.
- Jacks, N. (2020). Conhecer, assimilar, criar: Pesquisar é se tornar um aprendiz. In C. Rodriguez, C. Magallanes, A. Marroquin, & O. Rincón, *Mujeres de la comunicación* (pp. 55-66). FES Comunicación.
- Jacks, N. (2021). Pesquisar é se tornar aprendiz! In A. T. Martins, *Trajetórias de pesquisa em comunicação: Temas, heurísticas, objetos* (pp. 16-31). Pimenta Cultural.
- Jacks, N., Seixas, N. S. A., & Braga, V. (Orgs.). (2021). *Jovens em redes sociotécnicas: Aspectos múltiplos*. Pimenta Cultural.
- Jenkins, H. (2008). *Cultura da convergência*. Aleph.
- Jensen, K. (2010). *Media convergence: The three degrees of network, mass, and interpersonal communication*. Routledge.
- Lopes, M. I. V. L. (1999). Apresentação. In N. Jacks, *Querência: Cultura regional como mediação simbólica* (pp.17-20). UFRGS.
- Martín-Barbero, J. (1987). *De los medios a las mediaciones: Comunicación, cultura y hegemonía*. Gustavo Gilli.
- Martín-Barbero, J. (2015). Hacia el habla social ampliada. Entrevista prólogo. In A. Amado, & O. Rincón, *La comunicación en mutación: Remix de discursos* (pp. 13-18). Centro de Competencia en Comunicación para América Latina.
- Murdock, G. (1990). La investigación crítica y las audiencias activas. *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, 4(10), 187-239.
- Murdock, G. (1993). Communications and the constitution of modernity. *Media, culture & society*, 15(4), 521-539.
- O’Sullivan, T. (1993). *Key concepts in communication and culture studies* (2a ed). Routledge.
- Orozco Gómez, G. (1991). La audiencia frente a la pantalla: Una exploración del proceso de recepción televisiva. *Dialogos de la comunicación*, 30, 54-63.

- Silva, C. E. L. (1980). Indústria cultural e cultura brasileira: Pela utilização do conceito de hegemonia cultural. *Encontros com a civilização brasileira*, (25), 167-194.
- Silvestrin, C. B., Noll, G., & Jacks, N. (Orgs.). (2016). *Capitais brasileiras: Dados históricos, demográficos, culturais e midiáticos*. Appris.
- Toaldo, M., & Jacks, N. (2017). Consumo midiático: Uma especificidade do consumo cultural, uma antessala para os estudos de recepção. In R. Ribeiro, R., *Jovens, consumo e convergência midiática* (pp. 19-29). UFPR.

Artigo recebido em 18 de Outubro de 2022 e aprovado em 16 de Novembro de 2022.

Da publicidade aos estudos sobre cultura do consumo: O longo e produtivo processo de criação de uma teoria compartilhada

*From advertising to consumer culture studies:
The long and productive process of creating
a shared theory*

■ PEDRO HELLÍN^a

Universidade de Múrcia. Múrcia – MU, Espanha

RESUMO

Este texto tem como objetivo sintetizar a relação formada no Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade de São Paulo com os professores Clotilde Pérez e Eneus Trindade há mais de quinze anos, quando movidos pela mútua curiosidade de pesquisa, pela certeza partilhada sobre a necessidade de ampliar o campo de estudo da publicidade, foi estabelecida uma relação profissional e humana que se desenvolveu ao longo desses anos, na qual a nossa forma de compreender e abordar o fenômeno publicitário se consolidou como interdisciplinar, exploratória e colaborativa, gerando ideias que transcendem o estudo do fenômeno publicitário para abranger a cultura do consumo.

Palavras-chave: Publicidade, marca, tendências, cultura do consumo

^a Professor Titular da Universidade de Múrcia. Pós-doutor em Pesquisa de Tendências e Doutor em Comunicação e Estudos Culturais. Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-1331-5103>. E-mail: phellin@um.es

ABSTRACT

This text seeks to synthesize the relationship with the Post-Graduation Program in Communication Sciences of the Universidade de São Paulo, established by the work with professors Clotilde Pérez and Eneus Trindade, more than fifteen years ago, when moved by mutual research curiosity, due to the shared certainty about the need to expand the field of study of the advertising discipline, a professional and human relationship was born, one that has grown during all these years, in which our way of understanding and approaching the advertising phenomenon has been consolidated as interdisciplinary, exploratory and collaborative, thus generating ideas that transcend the study of the advertising phenomenon to encompass the consumer culture.

Keywords: Advertising, brand, trends, consumer culture

FAZ MAIS DE 15 anos que conheço o Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade de São Paulo (PPGCOM-USP), quando na organização do 2º Seminário Imagens da Cultura/Cultura de las Imágenes, na cidade do Porto (Portugal), me apresentaram os professores Clotilde Pérez e Eneus Trindade. Neste artigo chegou a hora de refazer esse caminho, mas não de forma expositiva, mas com o espírito de revisar uma longa e produtiva história de colaboração em suas etapas mais importantes.

A partir desse primeiro contato, movidos pela mútua curiosidade de investigação, pela certeza partilhada da necessidade de ampliar o campo de estudo da publicidade, foi estabelecida uma relação profissional e humana que se desenvolveu ao longo desses anos, na qual a nossa forma de compreender e abordar o fenômeno publicitário se consolidou como interdisciplinar, exploratória e colaborativa.

Tive o prazer de estar presente na organização do I Encontro ProPesq PP (Encontro Nacional de Pesquisadores em Publicidade e Propaganda) e de participar da construção de um fórum científico de excelência. O evento foi organizado pela Associação Brasileira de Pesquisadores em Publicidade – à qual tenho a honra de pertencer desde a sua fundação – e pelo Grupo de Estudos Semióticos em Comunicação, Cultura e Consumo (GESC3), que desde 2010 é formado por professores do PPGCOM e do Departamento de Relações Públicas, Publicidade e Turismo, que integro desde 2012.

Aquele ano de 2012 foi decisivo em minha relação com o PPGCOM-USP: consegui uma bolsa de pós-doutorado pelo Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) e ministrei um curso de pós-graduação, além de realizar outras atividades que me permitiram conhecer o alto nível acadêmico de seus integrantes e estabelecer vínculos nessa instituição.

Desde então, inclusive durante o confinamento provocado pela pandemia de COVID-19, continuamos trabalhando, pensando e partilhando publicações de artigos, livros e conferências que temos em comum, acompanhadas de projetos de investigação subsidiados, orientações de teses e participação em fóruns de pesquisa nacionais e internacionais, como a International Association for Semiotic Studies (IASS-AIS), a International Association for Media and Communication Research (IAMCR), a Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIIC), a Asociación Latinoamericana de Semiótica (FELS), a International Conference on Human-Computer Interaction (HCHCI), o Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (INTERCOM) e a Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação (SOPCOM). O PPGCOM/USP esteve presente em todos esses trabalhos.

Durante esse tempo, trabalhamos de forma rigorosa, mas sempre instigante, no que parece ser a superação dos estudos sobre publicidade em um novo alinhamento com os estudos sobre a cultura do consumo desde uma perspectiva publicitária, considerando a Semiótica, a Antropologia, a Sociologia, a Filosofia e os Estudos Visuais. Tentaremos sintetizar esse caminho percorrido com os professores do PPGCOM-USP e com outros, com quem compartilhei trabalhos graças à excelência da Escola de Pós-Graduação de Comunicações e Artes da USP (ECA-USP).

PUBLICIDADE E IMAGENS DA CULTURA

Como expliquei anteriormente, meu primeiro contato com o PPGCOM-USP ocorreu no seminário que coorganizei por dez edições, no qual era debatido a relação entre antropologia e comunicação na articulação de projetos de pesquisa; e como metodologia inicial utilizava uma mistura entre os Estudos Culturais (na perspectiva sociológica e marxista) e a Semiótica Social, proposta por Eliseo Verón e continuada por outros autores. Nesse contexto, entendíamos que a teoria da produção social dos discursos não pode ser reduzida a um estudo imanente do texto, mas deve ser articulada aos fatores de produção, circulação e consumo, que fazem parte de qualquer sistema produtivo. A articulação dessas ideias com os Estudos Culturais revelou também a existência de uma rede intertextual resultante da dimensão ideológica do discurso, ou seja, da sua localização em um espaço histórico, social e cultural concreto.

A aprendizagem nessa época com a inserção da perspectiva antropológica nos estudos sobre a publicidade foi muito útil para a continuidade do trabalho com os professores Eneus Trindade e Clotilde Pérez. Nesse contexto, ao utilizar a Antropologia do consumo – baseada nas ideias de McCracken – para questionar o papel da comunicação nas atividades de consumo a partir de uma perspectiva interdisciplinar, foram obtidos resultados sobre o consumo na vida cotidiana e as tendências culturais de consumo, bem como a articulação de vínculos de significado entre marcas e consumidores.

Da mesma forma, começamos a trabalhar com o professor Fernando Contreras – com quem compartilhei parte do meu trabalho no PPGCOM-USP – a ideia de tecnocultura, interessados na exposição contínua de indivíduos e identidades coletivas nos novos canais de comunicação, que têm levado à criação de ficções pessoais e identidades hiperconstruídas que adotam a apropriação, técnica artística pós-moderna, como método de criatividade e inovação social. Essa apropriação foi bastante abordada nos processos de interação social (cidadã e comercial) sem considerar seus riscos. A ideia evoluiu posteriormente ao

considerar a publicidade e o consumo com a Semiótica, o que significou falar de apropriação e propor uma Semiótica da irradiação, apresentada e amplamente debatida na ECA-USP, para finalmente mergulhar na relação entre a publicidade e arte e os estudos visuais a partir de uma perspectiva filosófica.

Dessa forma, a Antropologia contribuiu com a ideia de que é preciso situar historicamente os processos e produtos da cultura de massa para conhecer as matrizes culturais das quais nossa cultura midiática global se nutre; além de contextualizar os produtos de mídia com outros produtos de nossa cultura de consumo global.

A MARCA COMO ATOR SOCIAL

Desde o início do nosso trabalho, buscamos conhecer os vínculos existentes entre marca e consumidores, com o objetivo de compreender os mecanismos discursivos e culturais que articulam o significado social que os torna desejáveis. Assim, trabalhamos com a Dra. Clotilde Pérez e outros docentes do PPGCOM-USP para começar a pensar no uso de valores sociais universalizados no campo das mensagens publicitárias corporativas. Pretendíamos traçar um mapa que permitisse criar bases epistemológicas necessárias para desenvolver o tema, partindo da ideia contrária de concepções atomísticas e desestruturantes de que devemos considerar a publicidade como um processo comunicativo que cria e condiciona a cultura, cuja gramática interna, pela sua componente pragmática, condiciona e é condicionada por sua contextualização no campo, não muito bem definido, da cultura de massas.

Na busca permanente por novos argumentos, no mundo em constante mudança em que vivemos e do qual participamos, as grandes corporações orientam seus interesses para ideias imutáveis, procurando argumentos que sofram menos variações possíveis e que sejam transferíveis de um país para outro, seguindo o mercado, mantendo seus significados (ainda que seja através de símbolos mais universais). Esses argumentos são valores sociais, entendidos pelas empresas transnacionais como ideias que são compartilhadas por boa parte da população e extrapoladas para diversos países. Dessa maneira, suas mensagens publicitárias poderão ser divulgadas e compreendidas por um amplo público sem a necessidade de alterações. Os valores sociais escolhidos são aqueles comuns à cultura ocidental industrializada e democrática. É evidente que não há como demonstrar que determinado tipo de cultura leva necessariamente ao desenvolvimento econômico, nem que o desenvolvimento econômico resulte necessariamente em determinado tipo de padrão cultural, nem que certos padrões culturais têm a capacidade de gerar um regime político democrático ou que as

instituições democráticas fazem emergir certos sistemas culturais de valores e crenças, mas a cultura predominante em uma sociedade e seus valores pode ajudar a esclarecer a relação entre sistemas de valores, sistemas econômicos e sistemas políticos.

O desenvolvimento econômico e as mudanças culturais e políticas estão coerentemente ligados, estruturados em vínculos causais recíprocos. Além disso, o devir histórico não é linear, pois a modernidade cria uma corrente posterior, a pós-modernidade (hipermodernidade, modernidade líquida) com características distintas. Se não é linear, a mudança social caminha em outra direção daquela estabelecida; de fato, autores pós-modernos apontaram algumas características da nova direção, que se afastam da eficiência econômica e burocrática e da racionalidade científica associada à modernidade, levando a uma sociedade mais flexível, com mais espaço para a autonomia pessoal e mais próxima do homem.

Nesse contexto, as marcas se valem da publicidade para obter personalidade, da mesma forma que as pessoas usam a moda para individualizar nossas aparências. A publicidade funciona como um cosmético para a marca, dotando-a de exclusividade e afastando-se de tudo o que é corrente e banal. Assim, o fenômeno da competição das marcas e a padronização industrial visam alcançar o inédito, o exclusivo, para captar a atenção dos consumidores. Pela própria natureza pós-moderna, a publicidade permite se eximir da sua ação persuasiva ao mudar de canal de televisão, de tela ou virar a página. A publicidade tenta influenciar o coletivo; sem tentar mudar o homem e os costumes, toma o homem como tal para apenas estimular a sede de consumo existente. Ao propor novas necessidades de maneira contínua, a publicidade se limita a explorar o desejo comum de bem-estar e novidade. Trata-se mais de usar pragmaticamente o gosto existente pelo prazer material, bem-estar e novidade do que reconstituir o homem.

A produção excessiva fez com que a publicidade não nos mostre os produtos como são, mas sim os reveste de valores que emergem na sociedade. A publicidade fabrica objeto-signo com a função de ser trocado por determinadas experiências e valores sociais. A obsolescência e rápida substituição dos objetos não responde ao seu vencimento estritamente funcional, de uso, mas a um vencimento simbólico. Anteriormente, os objetos passavam de pai para filho, atualmente em cada geração de homens há várias gerações de objetos: o ser humano sente que está sobrevivendo, resistindo diante da repetida mortalidade dos objetos que passam por suas mãos. No entanto, a publicidade não é relegada ao signo de um objeto-signo, um signo subsidiário ou um detonador semântico que ative um significado incorporado em outro lugar, pois a publicidade é útil de duas formas diferentes e complementares. Em primeiro lugar, a publicidade

não é apenas uma intermediária entre o objeto e seu consumidor, mas também é consumida como objeto cultural e estético. Em segundo lugar, a publicidade permite a adaptação da sociedade de consumo às nossas necessidades em imagens, enquanto devemos nos adaptar à ordem real da sociedade de consumo.

Para Baudrillard, a cultura do consumo é uma cultura pós-moderna, sem profundidade, em que todos os valores são revalorizados e a arte triunfou sobre a realidade. A estetização da realidade deixa em primeiro plano a importância do estilo e propõe uma busca constante por novas modas, estilos, sensações e experiências. Isso resulta na velha noção artística contracultural. O interesse pelo estilo de vida indica que as práticas de consumo, de compra e exibição de bens e experiências de consumo no cotidiano não podem ser entendidas apenas por ideias de valor de troca. A nova cultura de consumo faz do estilo de vida um projeto de vida e exhibe sua individualidade e senso de estilo por meio de seus bens, roupas, práticas, experiências e aparências corporais que são reunidos em um estilo de vida. O indivíduo moderno da cultura de consumo sabe que sua comunicação se dá não só com a roupa, mas também com sua casa, móveis, decoração, carro e outras atividades que devem ser lidas e classificadas em termos de presença ou ausência de gosto.

Em meio a essa imensidão de possibilidades de compra, amparadas no acesso à informação e no aprimoramento da tecnologia, o homem contemporâneo está cada vez mais crítico em suas decisões. Provavelmente parte dessas decisões se baseia em uma relação mais consciente com o consumo, incluindo o papel das marcas no nosso cotidiano, o que compreende a dimensão positiva que as marcas podem ter na sociedade contemporânea hedonista, emocional e tecnológica – de acordo com Lipovetsky – como promotoras do multiculturalismo e do consumo como experiência produtora de valores. Dessa forma, as marcas são símbolo de sucesso econômico, status, bem como uma ferramenta de identidade, autenticidade e personalização.

Assim, o uso das marcas é uma possibilidade de visibilidade para as pessoas na sociedade contemporânea, embora existam diferentes modos de presença do que é visível em nosso meio (Landowsky), a publicidade das marcas é uma manifestação privilegiada da sociedade contemporânea, baseada na sinestesia, na polifonia e na visualização dos conceitos de singularidade e exclusividade. Como já mencionamos, isso ocorre pelo deslocamento do material no produto em prol da desmaterialização simbólica, erodindo o concreto com a intenção de criar vínculos de sentido a partir da subjetividade para, assim, estabelecer cumplicidade e identificação. A publicidade é uma presença eficaz, envolvente e intencionalmente acessível, que provém de uma síntese da tensão entre a promessa de permanência (objetivo estratégico dos produtos e marcas) e a

transitoriedade implacável, própria do pragmatismo e da efemeridade da oferta e da procura.

Essa linha de trabalho contribui, a partir da compreensão dos rituais de consumo evidenciados nas mensagens das marcas, com a percepção das tendências de consumo com base nas manifestações publicitárias, expressas de forma visual, textual e sinestésica, que abriram uma perspectiva de estudo sobre a cultura do consumo, visto que a publicidade corporativa constrói valores da organização buscando sua consolidação na esfera de atuação do cidadão em seu cotidiano e tem como principal objetivo significar as marcas, muito mais do que promover produtos. Dessa forma, as marcas constroem significado à medida que atendem a desejos e aspirações dos seus destinatários, estimulam a imaginação e dão respostas a problemas cotidianos dos seus consumidores, constituindo sensibilidades e orientando suas práticas culturais de consumo, pois embora os modos de ver o mundo são diferentes de sociedade para sociedade, refletindo as diversas experiências históricas de diferentes povos, o que resta como lugar-comum são a difusão de mensagens publicitárias e as formas de consumo.

A MUDIATIZAÇÃO DO CONSUMO

A terceira linha de trabalho, compartilhada com o professor Eneus Trindade e outros pesquisadores do PPGCOM-USP, foi analisar o conceito emergente de midiatização e sua aplicação ao estudo do consumo desde uma fase inicial da compreensão do fenômeno até a realização de pesquisa aplicada que estão ocorrendo. Estabelecida pela maioria dos autores da área da publicidade e de outras ciências sociais, surgiu a ideia de que a publicidade é uma atividade econômica, cultural e social que desempenha um papel essencial no início do capitalismo moderno e das economias mais avançadas, que o sistema publicitário desempenha um papel decisivo na configuração de identidades, hábitos de consumo, desejos, aspirações e imaginários coletivos, o que permitiu adotar a ideia de *midiatização* no campo do consumo.

O conceito de midiatização é amplamente utilizado no âmbito da religião, da política ou dos esportes. A presença na mídia, vinculada às discussões sociológicas sobre a interação social da mídia, possibilitou que a cobertura midiática seja um fenômeno que, apesar de se apresentar como contemporâneo, estabeleceu suas raízes para além da atual configuração do ecossistema midiático. Tal fenômeno se mantém como uma das discussões centrais da comunicação, a partir da qual se desenvolve diversas aplicações e estudos nas ciências humanas e sociais, para compreender os processos de mudança social, cultural e material. A origem

poderia ser situada na forma de entender a centralidade e a crescente relevância dos meios de comunicação nos processos sociais de países industrializados e diz respeito ao aumento da velocidade de acesso à internet, à universalização dos celulares e à cultura emergente do conhecimento compartilhado por meio de plataformas digitais, sendo referência central na vida das pessoas. Parte-se de uma concepção sobre o estudo da comunicação baseada na produção-texto-público para uma configuração não linear e aberta, em que há uma construção comunicativa da realidade social e cultural pelos meios de comunicação.

As conexões entre mídiatização e consumo – conforme aponta García Canclini – têm duas vertentes: direta e indireta. Enquanto a vertente direta se refere à execução de determinada atividade de forma diferenciada devido à influência da mídia, como comprar em lojas virtuais pela internet, a vertente indireta de mídiatização é a influência da mídia sobre determinada atividade sem afetar significativamente a forma como é realizada, como decidir qual roupa comprar ou qual será o nosso estilo para o inverno que se aproxima. A diferença entre ambas estaria no grau de influência, sendo que a indireta é mais sutil, embora nos processos de consumo ambas as formas possam competir. O consumo on-line seria um claro exemplo de mídiatização direta, enquanto a presença da mídia nos processos de compra ao propor determinados rituais de consumo em seus diferentes conteúdos seria um exemplo de mídiatização indireta.

O consumo é caracterizado por processos de transferência de significado de um mundo socialmente construído para os bens de consumo e destes para o consumidor através de dois vetores essenciais: o sistema publicitário e a moda. Tais vetores exercem influência sugerindo práticas ritualísticas de posse de bens, aquisição, troca ou despojamento. Esses rituais de consumo atuam, por sua vez, como dispositivos midiáticos, já que podem ser capazes de captar, orientar, determinar, interceptar, modelar, controlar e assegurar gestos, comportamentos, opiniões e falas das pessoas.

A consequência mais radical da influência da mídiatização no consumo é o processo de substituição, por meio do qual certas atividades sociais vão sendo substituídas por atividades mídiatizadas: ouvimos rádio enquanto dirigimos ou assistimos à televisão enquanto comemos, embora o caso mais comum seja as compras on-line. A mídia também atua como catalisadora de mudanças sociais, a partir do momento em que sua relevância social constitui o sustento de pessoas e instituições, o que contribui em grande medida para o crescimento da riqueza e a manutenção das indústrias culturais. Dessa forma, diversos agentes econômicos acomodam sua forma de agir à atuação da mídia. Isso é evidente em atletas, políticos e profissionais do entretenimento e da cultura. Em síntese,

a mídia favorece novas formas de consumir produtos e serviços para além das limitações geográficas ou temporais, o que Habermas chamou de implosão do consumo para descrever como o consumo passou da esfera privada para a esfera social.

Este trabalho prévio de definição conceitual constatou a existência efetiva da mídia que entra no cotidiano dos indivíduos e banha os processos lógicos e interacionais, ou seja, a midiaticização, no caso da publicidade das marcas há uma ampla gama de estratégias de divulgação da mensagem que, embora ainda não sejam consolidadas, mudaram as formas tradicionais de planejamento publicitário, cujo objetivo é fazer circular a marca na internet. Tais fatos indicam a existência de uma maior participação do consumidor como usuário das redes sociais e uma prática de mercado que se baseia no uso das reações espontâneas do consumidor-colaborador ou prosumidor para divulgar a mensagem. Dessa maneira, o consumidor tem um grande poder, pois é quem dá voz às marcas, mas também pode criticá-las e questioná-las. O contexto das novas mídias parece reconfigurar as relações de poder e favorecer um jogo mais equilibrado das relações entre produtores e consumidores.

A publicidade tradicional é apenas parte das possibilidades de comunicação que as marcas têm nesse momento. Atualmente, o sistema publicitário relaciona as marcas com seus usuários através de hashtags em sistemas de busca como Google, disfarça-se de informação jornalística nas campanhas de comunicação sintética e institucional do Twitter e permite a formação de uma opinião crítica que, com uma nova forma de gestão, manifesta a relação entre o público em geral e as comunidades de seguidores, como ocorre no Facebook. A publicidade também está presente nas novas redes sociais e sites que permitem uma produção de voz e imagem com critérios estéticos. Nesses espaços as marcas podem ser anunciadas ou divulgadas, com muitas possibilidades de estabelecer vínculos sensoriais com seus públicos. Por isso, acreditamos que é necessário compreender a natureza qualitativa (e promover o seu estudo nessa perspectiva) desses vínculos sensoriais estabelecidos no mundo digital, incluídos no que hoje chamamos de publicidade programática, com base em *big data* e estatística, mas profundamente enraizados na cultura social e nas práticas de consumo.

CULTURA PUBLICITÁRIA GLOBAL

Todo esse tempo de trabalho, diálogo e estudo ao estabelecer o contexto geral da publicidade sobre questões culturais, tecnológicas e comunicacionais numa perspectiva multidisciplinar possibilitou o surgimento de uma teoria

comum, a ser publicada em breve, uma ideia consensual sobre a natureza do fenômeno publicitário, que está relacionada com a existência de uma cultura ampliada cuja expressão publicitária é a marca e seu universo estético-cultural, uma metacultura publicitária entre a arte e o algoritmo.

Como explicamos anteriormente, a comunicação na mídia sofreu uma transformação radical com a inteligência artificial, as redes sociais, as realidades artificiais e as novas atitudes dos indivíduos em relação à tecnologia; que tem provocado o surgimento de novas formas de criação, recepção e interpretação da publicidade, embora não tenha sido a única que influenciou a profunda renovação do mundo publicitário, pois já no início do século foi acompanhada pela economia digital do conhecimento, pelo domínio do tecnoliberalismo, pelo capitalismo de plataforma, pela robotização e pela cultura da inovação. Isso permitiu que as organizações atuais conseguissem introduzir novos produtos no mercado e estimular o consumo sem trégua. Esse sistema de consumo de massa implica uma lógica de destruição que remove o antigo para privilegiar o novo através de um processo criativo que visa à diversificação permanente da oferta através do estímulo à novidade.

Essa destruição criativa típica da publicidade adquire uma dimensão global na atualidade. Os mercados globais devem trabalhar em um cenário de fronteiras entre diferentes culturas, visões de mundo e diferentes cenários sociais e políticos. Por isso a publicidade não pode ser considerada uma disciplina técnica, mas sim um paradigma humano que contém razões filosóficas, culturais, ontológicas e antropológicas, além de razões empresariais, comerciais ou meramente comunicacionais. A expansão irresistível da publicidade estabelece um processo de mudança, delimitado pela passagem de uma visão objetiva para uma visão que vai além. O mundo se expande pela informação que provém de outros lugares através da mídia e do consumo em um mercado voltado ao indivíduo com vocação transfronteiriça. Essa expansão global da comunicação exige que os símbolos do passado sejam substituídos por seu simulacro digital mais etéreo e rápido para a comunicação global. A transferência simbólica entre produção industrial e imagens publicitárias já não decorre de práticas *ex novo*, mas de criações simbólicas surgidas da apropriação do autêntico que contém o objeto real. Tal apropriação opera com formas que agora estão fragmentadas e organizadas através da sintaxe do hipertexto, do formato transmídia e de critérios do algoritmo inteligente, voltados para o domínio da marca como protagonista inquestionável desse projeto expandido e expansivo.

Uma cultura de publicidade global na qual encontramos a melhor perspectiva para questionar sobre quais mudanças nossas sociedades estão submetidas no final

desse primeiro quarto de século XXI. Esperamos que o PPGCOM-USP, com sua iniciativa e liderança, continue promovendo esses debates enriquecedores, tão necessários para a formação de redes de pesquisa e avanço intelectual. ■

Artigo recebido em 09 de Novembro de 2022 e aceito em 16 de Novembro de 2022

De la publicidad a los estudios sobre la cultura de consumo: El largo y productivo proceso de creación de una teoría compartida

*From advertising to consumer culture studies:
The long and productive process of creating
a shared theory*

■ PEDRO HELLÍN^a

Universidad de Murcia. Murcia – MU, España

RESUMEN

Este texto pretende sintetizar la relación con el Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação de la Universidade de São Paulo, establecido por el trabajo con los profesores Clotilde Pérez y Eneus Trindade, hace más de quince años, cuando movidos por la mutua curiosidad investigadora, por la certeza compartida sobre la necesidad de ampliar el campo de estudio de la disciplina publicitaria, nació una relación profesional y humana que ha crecido durante todos estos años, en los que nuestra forma de entender y abordar el fenómeno publicitario se ha consolidado como interdisciplinar, exploratoria y colaborativa, generando ideas que trascienden el estudio del fenómeno publicitario para abarcar la cultura de consumo.

Palabras clave: Publicidad, marca, tendencias, cultura de consumo

ABSTRACT

This text seeks to synthesize the relationship with the Post-Graduation Program in Communication Sciences of the Universidade de São Paulo, established by the work with professors Clotilde Pérez and Eneus Trindade, more than fifteen years ago, when moved by mutual research curiosity, due to the shared certainty about the need to expand the field of study of the advertising discipline, a professional and human relationship was born, one that has grown during all these years, in which our way of understanding and approaching the advertising phenomenon has been consolidated as interdisciplinary, exploratory and collaborative, thus generating ideas that transcend the study of the advertising phenomenon to encompass the consumer culture.

Keywords: Advertising, brand, trends, consumer culture

^a Profesor Titular de la Universidad de Murcia. Postdoc en Investigación de Tendencias y Doctor en Comunicación y Estudios Culturales. Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-1331-5103>. E-mail: phellin@um.es

DOI: <http://dx.doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v16i3p199-210>

V.16 - Nº 3 set./dez. 2022 São Paulo - Brasil PEDRO HELLÍN p. 211-222

MATRIZES

HACE ALGO MÁS de 15 años que conocí la existencia del Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação de la Universidade de São Paulo (PPGCOM-USP), cuando en la organización del 2º seminario *Imagens da Cultura / Cultura de las Imágenes*, en Oporto, conocí a los profesores Clotilde Pérez y Eneus Trindade. Toca ahora recopilar todo ese tiempo en este artículo, pero no lo haré de forma enumerativa, sino con el espíritu de revisar una larga y productiva historia de colaboración en sus etapas más importantes.

A partir de aquel primer contacto, movido por la mutua curiosidad investigadora, por la certeza compartida sobre la necesidad de ampliar el campo de estudio de la disciplina publicitaria, nació una relación profesional y humana que ha crecido durante todos estos años, en los que nuestra forma de entender y abordar el fenómeno publicitario se ha consolidado como interdisciplinar, exploratoria y colaborativa.

Con la organización del I Encontro ProPesq PP (Encontro Nacional de Pesquisadores em Publicidade e Propaganda) he tenido el placer de poder asistir a todos ellos y participar en el desarrollo de un foro de primera calidad para el intercambio científico, siempre enriquecedor. El evento fue organizado por la Associação Brasileira de Pesquisadores em Publicidade –a la que tengo el honor de pertenecer desde su fundación– y el Grupo de Estudos Semióticos em Comunicação, Cultura e Consumo (GES3), que desde 2010 fue constituido por docentes del PPGCOM y del Departamento de Relações Públicas, Propaganda e Turismo, y al que pertenezco desde 2012.

Ese año 2012 fue decisivo en mi relación con el PPGCOM-USP, puesto que conseguí una beca para realizar una estancia postdoctoral allí, gracias al Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), e impartí un curso de postgrado, además de que realicé otras muchas actividades que me permitieron conocer el elevado nivel académico de sus integrantes y ligarme definitivamente a esta escuela.

Desde entonces y hasta ahora, incluso durante el confinamiento impuesto por la pandemia de la COVID-19, hemos seguido trabajando, pensando y compartiendo a las numerosas publicaciones de artículos, libros y conferencias que tenemos en común, le han acompañado proyectos de investigación subvencionados, codirecciones de tesis y participación en foros nacionales e internacionales de investigación, como la International Association for Semiotic Studies (IASS-AIS), la International Association for Media and Communication Research (IAMCR), la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIIC), la Asociación Latinoamericana de Semiótica (FELS), la International Conference on Human-Computer Interaction (HCHCI),

el Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (INTERCOM) y la Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação (SOPCOM). En todos estos trabajos, el nombre del PPGCOM/USP ha estado presente.

Durante todos estos años, de forma rigurosa pero siempre apasionante, hemos trabajado en lo que ahora, a la vista del historial compartido, parece la superación de los estudios sobre publicidad hacia una nueva alineación con los estudios sobre la cultura de consumo desde una perspectiva publicitaria, teniendo en cuenta a la Semiótica, la Antropología, la Sociología, la Filosofía y los Estudios Visuales. Intentaremos sintetizar este camino recorrido con los profesores del PPGCOM-USP y con otros, con los que he podido compartir trabajo y buenos momentos gracias al buen hacer de la Escola de Pós-Graduação de Comunicações e Artes de USP (ECA-USP).

PUBLICIDAD E IMÁGENES DE LA CULTURA

Como ya expliqué anteriormente, mi primer contacto con el PPGCOM-USP surgió por el interés mutuo en un seminario, que coorganicé en diez ediciones, en el que se exploraba la relación entre la antropología y la comunicación para articular proyectos de investigación; y mi posición metodológica inicial era una mezcla entre los Estudios Culturales (de inspiración sociológica y marxista) y la Semiótica Social, propuesta por Eliseo Verón y continuada por otros. De esta forma, entendíamos que la teoría de la producción social de los discursos no puede reducirse a un estudio del texto inmanente, sino que tiene que ser articulada dentro de los factores de producción, circulación y consumo, que forman parte de cualquier sistema productivo. Al poner estas ideas junto a los Estudios Culturales también se ponía de manifiesto la existencia de una red intertextual fruto de la dimensión ideológica del discurso, es decir, de su ubicación en un espacio histórico, social y cultural concreto.

Lo aprendido en aquellos años, al introducir la perspectiva antropológica en el estudio de la publicidad, resultó muy útil para la continuación del trabajo con los profesores Eneus Trindade y Clotilde Pérez. En este contexto, al utilizar la Antropología del consumo –a partir de las ideas de McCracken– para preguntarnos por el papel de la comunicación en las actividades de consumo desde una mirada interdisciplinar nos permitió obtener resultados sobre el consumo en la vida cotidiana y las tendencias culturales de consumo, y así comprendemos la articulación de vínculos de sentido entre marcas y consumidores.

Del mismo modo, comenzamos a trabajar con el profesor Fernando Contreras –con el que he compartido buena parte de mi relación con el PPGCOM-USP– la idea de tecnocultura, interesados por la exposición

continua de los individuos y las identidades colectivas en los nuevos canales de comunicación, que han provocado la creación de ficciones personales e identidades hiperconstruídas que adoptan la apropiación, técnica artística posmoderna, como método de creatividad e innovación social. Esta apropiación ha sido llevada a sus extremas consecuencias en los procesos de interacción social (ciudadana y comercial) sin un cuidado de sus consecuencias de riesgo. La referida idea fue posteriormente evolucionando, al pensar en la publicidad y el consumo con la suma de la Semiótica, lo que supuso hablar de apropiación y plantear una Semiótica de la irradiación, presentada y ampliamente debatida en la ECA-USP, para finalmente adentrarnos en la relación entre la publicidad y el arte y los estudios visuales desde una perspectiva filosófica.

De esta manera, la Antropología ha contribuido a crear la idea de que es necesario ubicar históricamente los procesos y los productos de la cultura masiva para conocer las matrices culturales de las que se nutre nuestra cultura global mediática; y de contextualizar los productos mediáticos con los demás productos de nuestra cultura global de consumo.

LA MARCA COMO ACTOR SOCIAL

Desde el principio de nuestros trabajos hubo interés por conocer los vínculos existentes entre la marca y los consumidores, con el objetivo de comprender los mecanismos discursivos y culturales que articulan el sentido social que las hace deseables. Así, fundamentalmente con la doctora Clotilde Pérez, pero también con otros profesores del PPGCOM-USP hemos trabajado para abrir una reflexión sobre el uso de los valores sociales universalizados en el ámbito de los mensajes publicitarios corporativos. Nuestra intención era trazar un mapa que permitiera crear las bases epistemológicas necesarias para el desarrollo de la cuestión, partiendo de la idea, contraria a las concepciones atomistas y desestructurantes, de que debemos considerar a la publicidad como un proceso comunicativo creador y condicionador de la cultura, cuya gramática interna, por medio de su componente pragmático, condiciona y está condicionada por su contextualización en el ámbito, no muy bien definido, de la cultura de masas.

En su permanente búsqueda de nuevos argumentos, en el mundo cambiante al que asistimos y del que participamos, las grandes corporaciones tienen que dirigir sus intereses hacia ideas inmutables, buscando unos argumentos que varían lo mínimo posible y que sean trasladables de un país a otro, siguiendo al mercado, manteniendo sus significados (aunque sea mediante los símbolos más universales). Estos argumentos son los valores sociales, entendidos por las empresas transnacionales como ideas compartidas por una buena parte de la

población y extrapolables a diferentes países. De forma que sus mensajes publicitarios puedan ser difundidos y entendidos por enormes audiencias sin necesidad de modificación. Los valores sociales elegidos son aquellos comunes a la cultura occidental industrializada y democrática. Es claro que no se puede demostrar que un cierto tipo de cultura conduzca necesariamente al desarrollo económico, ni que el desarrollo económico produzca necesariamente un cierto tipo de pautas culturales, tampoco que ciertas pautas culturales tengan la capacidad de generar un régimen político democrático o que las instituciones democráticas hagan aparecer ciertos sistemas culturales de valores y creencias, pero, en cualquier caso, la cultura predominante en una sociedad y sus valores puede ayudar a clarificar la relación entre sistemas de valores, sistemas económicos y sistemas políticos.

El desarrollo económico y los cambios culturales y políticos están vinculados de forma coherente, estructurados en vínculos causales recíprocos. Además, el devenir histórico no es lineal, ya que la modernidad crea una corriente posterior, la posmodernidad (hipermodernidad, modernidad líquida) con características diferentes. Si no es lineal, el cambio social se mueve en una dirección diferente a la que apuntó aquella, de hecho, los autores posmodernos nos indicaron algunas características de la nueva dirección, que se apartan de la eficiencia económica, de la eficiencia burocrática y de la racionalidad científica asociada a la modernidad, dirigiéndose hacia una sociedad más flexible, con más espacio para la autonomía personal y más parecida al hombre.

En ese contexto, las marcas se sirven de la publicidad para conseguir personalidad, del mismo modo que las personas nos servimos de la moda para individualizar nuestras apariencias. La publicidad funciona como cosmético de la marca, la viste de exclusividad alejándola de todo lo corriente y ordinario. Así, el fenómeno de la competición de marcas y la estandarización industrial han dado origen a una carrera cuya meta está en alcanzar lo inédito, lo exclusivo, para con el fin de captar la atención de los consumidores. Por su propia naturaleza posmoderna la publicidad deja siempre la posibilidad de sustraerse a su acción persuasiva: cambiar el canal de televisión, cambiar de pantalla o pasar la página. La publicidad trata de influir en un todo colectivo, sin pretender la reforma del hombre y las costumbres toma al hombre tal cual es, procurando estimular solamente la sed de consumo que ya existe en él. Al proponer continuamente nuevas necesidades, la publicidad se contenta con explotar la aspiración común al bienestar y a la novedad. Se trata más de utilizar pragmáticamente el gusto existente por los goces materiales, el bienestar y las novedades que de reconstituir al hombre.

La sobreproducción trajo como consecuencia que la publicidad no nos muestre los productos tal y como son, sino que los viste con valores nacidos en

la sociedad. La publicidad fabrica objeto-signo cuya función es intercambiarse por determinadas experiencias y valores sociales. La obsolescencia y rápida sustitución de los objetos no responde a su caducidad estrictamente funcional, de uso, sino a su caducidad simbólica. Antes los objetos pasaban de padres a hijos, ahora por cada generación de hombres discurren varias generaciones de objetos: el hombre se siente sobrevivir, perdurar ante la repetida mortalidad de los objetos que pasan por sus manos. Ahora bien, la publicidad no queda por ello relegada a signo de un objeto-signo, signo subsidiario, o en el mejor de los casos espoleta semántica que activa un sentido encarnado en otro sitio, ya que la publicidad resulta útil de dos formas distintas y complementarias. En primer lugar, la publicidad no es un simple intermediario entre el objeto y su consumidor, sino que es también consumida como objeto de cultura y estético. En segundo lugar, la publicidad nos ofrece la adaptación de la sociedad de consumo a nuestras necesidades en imágenes, mientras a nosotros se nos exige adaptarnos al orden real de la sociedad de consumo.

La cultura de consumo es para Baudrillard una cultura postmoderna, sin profundidad en la que todos los valores se revalúan y el arte ha triunfado sobre la realidad. La estetización de la realidad pone en primer plano la importancia del estilo, propone una búsqueda constante de nuevas modas, estilos, sensaciones y experiencias. Resulta así mayor vigor a la antigua noción contracultural artística. El interés por el estilo de vida sugiere que las prácticas de consumo, la compra y la exhibición de bienes y experiencias de consumo en la vida cotidiana no pueden entenderse meramente mediante las ideas de valor de cambio. La nueva cultura de consumo hace del estilo de vida un proyecto de vida y exhibe su individualidad y sentido del estilo a través de sus bienes, ropas, prácticas, experiencias y apariencias corporales que reúnen en un estilo de vida. El individuo moderno de la cultura de consumo sabe que no solo habla con su vestimenta, sino también con su casa, su mobiliario, la decoración, el automóvil y otras actividades que deben leerse y clasificarse en términos de presencia o ausencia de gusto.

En medio de esa inmensidad de posibilidades de compra, apoyada por el acceso a la información y la mejora de la tecnología, el hombre contemporáneo es cada vez más crítico en sus decisiones. Probablemente una buena parte de esas decisiones está basada en una relación más consciente con el consumo, incluyendo el papel de las marcas en nuestra vida cotidiana, que incluye la dimensión positiva que las marcas pueden tener en la sociedad contemporánea, hedonista, emotiva y tecnológica –siguiendo a Lipovetsky– como promotoras del multiculturalismo y el consumo como una experiencia que produce valores.

De esta forma, las marcas son un símbolo del éxito económico, del estatus, además de una herramienta de identidad, autenticidad y personalización.

Entonces, el uso de las marcas es una posibilidad de visibilización para las personas en la sociedad contemporánea, y aunque existen diferentes modos de presencia de lo visible en nuestro entorno (Landowsky), la publicidad que hacen las marcas se configura como una manifestación privilegiada de la sociedad contemporánea, basada en la sinestesia, la polifonía y la visualización de los conceptos de singularidad y exclusividad. Este hecho, como ya mencionamos, está evidenciado por el desplazamiento de lo material en el producto, a favor de la desmaterialización simbólica, erosionando lo concreto con la intención de crear vínculos de sentido a partir de la subjetividad para, con eso, establecer complicidad e identificación. La publicidad es una presencia efectiva, envolvente e intencionalmente accesible, que ha resultado una síntesis de la tensión entre la promesa de permanencia (objetivo estratégico de productos y marcas) y la fugacidad implacable, característica del pragmatismo y lo efímero de la oferta y la demanda contemporánea.

Esta línea de trabajo ha reportado y sigue aportando, desde la comprensión de los rituales de consumo mostrados en los mensajes de las marcas, la percepción de las tendencias de consumo a partir de las manifestaciones publicitarias, expresadas de modo visual, textual y sinestésico, que han abierto una perspectiva de estudio sobre la cultura de consumo, ya que la publicidad corporativa construye los valores de la organización buscando su consolidación en el ámbito de actuación del ciudadano en su vida cotidiana y tiene como objetivo principal significar las marcas, mucho más que promover productos. De esta manera, las marcas construyen sentido en la medida que responden a los anhelos y aspiraciones de sus destinatarios, estimula la imaginación y aporta respuestas a los problemas cotidianos de sus consumidores, constituyendo las sensibilidades y orientando sus prácticas culturales de consumo, ya que aunque las formas de ver el mundo varían de sociedad en sociedad, reflejando las diversas experiencias históricas de gente diferente, lo que queda como lugar común son los que difunden los mensajes publicitarios y las formas de consumo.

LA MEDIATIZACIÓN DEL CONSUMO

La tercera línea de trabajo, compartida con el profesor Eneus Trindade y otros investigadores del PPGCOM-USP, ha sido la exploración del concepto emergente de mediatización y su aplicación al estudio del consumo desde una fase inicial de comprensión del fenómeno hasta los intentos de investigación

aplicada que se han ido sucediendo. Una vez afianzadas por la mayoría de los autores del ámbito estrictamente publicitario y de otras Ciencias Sociales, surgieron las ideas de que la publicidad es una actividad económica, cultural y social que viene jugando un papel esencial al albor del capitalismo moderno y las economías más avanzadas, que el sistema publicitario desempeña un rol decisivo en la configuración de identidades, hábitos de consumo, deseos, aspiraciones e imaginarios colectivos, lo que permitió el momento de adaptar la idea de *mediatización* al ámbito del consumo.

El concepto de mediatización tiene un uso extendido en ámbitos como la religión, la política o el deporte. En estos la presencia en medios, unida a las discusiones sociológicas en torno a la interacción social de los medios, hace de la mediatización un fenómeno que, a pesar de mostrarse como contemporáneo, hunde sus raíces más allá de la actual configuración del ecosistema mediático. Este fenómeno constituye, aún hoy, una de las discusiones centrales en comunicación, a partir de la cual se desarrollan diversas aplicaciones y estudios en Humanidades y Ciencias Sociales, con el fin de entender procesos de cambio social, cultural y material. El origen podría situarse como una forma de entender la centralidad y relevancia creciente de los medios en los procesos sociales de los países industrializados y tiene que ver con que el incremento de la velocidad de acceso a internet, la universalización de dispositivos móviles y la emergente cultura del conocimiento compartido a través de plataformas digitales constituyen una referencia central en la vida de las personas. Se pasa de una concepción sobre el estudio de la comunicación basada en producción-texto-audiencia a una configuración no lineal y abierta, en que existe una construcción comunicativa de la realidad social y cultural por parte de los medios de comunicación.

Las conexiones entre mediatización y consumo –apuntados por García Canclini– tienen una doble vertiente, directa e indirecta. Así, la directa es cuando una determinada actividad pasa a ser ejecutada de una forma diferente debido a la influencia de los medios, como comprar en tiendas virtuales usando internet, mientras que la forma indirecta de mediatización hace referencia a la influencia de los medios en una determinada actividad, sin afectar significativamente a la forma en que se realiza, como decidir qué ropa compraremos o cuál será nuestro estilo para el próximo invierno. La diferencia entre ambas estaría en el grado de influencia, y la indirecta es la más sutil, aunque en los procesos de consumo ambas formas pueden concurrir. Mientras que el consumo online sería un claro ejemplo de mediatización directa, la presencia de los medios en los procesos de compra al proponer determinados rituales de consumo en sus diferentes contenidos sería un ejemplo de mediatización indirecta.

El consumo se caracteriza por procesos de transferencia de significado desde un mundo socialmente construido hacia los bienes de consumo y de estos hacia el consumidor a través de dos vectores esenciales: el sistema publicitario y la moda. Los dos ejercen su influencia sugiriendo prácticas ritualistas de poseer los bienes, adquirirlos, cambiarlos o despojarnos de ellos. Estos rituales de consumo actúan, a su vez, como dispositivos mediáticos, ya que pueden ser cualquier cosa capaz de capturar, orientar, determinar, interceptar, modelar, controlar y asegurar los gestos, conductas, opiniones y discursos de las personas.

La consecuencia más radical de la influencia de la mediatización en el consumo es el proceso de sustitución, según el cual determinadas actividades sociales vienen siendo sustituidas por actividades mediadas: escuchamos la radio mientras conducimos o miramos la televisión mientras comemos, aunque el caso más extendido es el de las compras online. Los medios actúan además como catalizadores de cambios sociales, desde el momento en que su relevancia social supone el sustento de personas e instituciones, lo que contribuye en buena medida al crecimiento de la riqueza y el sostenimiento de las industrias culturales. De este modo, agentes económicos diversos acomodan su forma de actuar a la operativa de los medios. Esto es claramente visible en deportistas, políticos y profesionales del entretenimiento y la cultura. En definitiva, los medios ofrecen nuevas formas de consumir productos y servicios, más allá de limitaciones geográficas u horarias, eso que Habermas llamó la implosión del consumo para describir cómo este ha dejado de residir en la esfera de la intimidad para vivir en la esfera social.

Este trabajo previo de definición conceptual nos llevó a constatar que hay una presencia efectiva de los medios de comunicación que penetra en la vida cotidiana de los individuos y destierra los procesos lógicos e interaccionales, es decir: la mediatización, y en el caso de la publicidad realizada por las marcas, se encuentra un amplio menú de estrategias para la difusión de mensajes, aunque estas no están consolidadas aún, pero si han cambiado las formas tradicionales de planificación publicitaria que ahora tienen como objetivo poner la marca a circular por la internet. Estos hechos indican la existencia de una mayor participación del consumidor como usuario de las redes sociales y una práctica de mercado que se basa en el uso de las reacciones espontáneas del consumidor-colaborador o prosumidor para la expansión del mensaje. De esta forma, se hace patente el creciente poder del consumidor que es quien da voz a las marcas, pero que también puede criticar y cuestionarlas. El contexto de los nuevos medios parece reconfigurar las relaciones de poder y propicia un juego de relaciones más equilibrado entre productores y consumidores.

La publicidad tradicional solo es una parte de las posibilidades de comunicación que tienen las marcas en este momento. Hoy el sistema publicitario relaciona a las marcas con sus usuarios mediante el uso de etiquetas en sistemas de búsqueda como Google, se disfraza de información periodística en las campañas de comunicación institucional y sintética de Twitter y permite la formación de una opinión crítica que, con una nueva forma de gestión, da expresión a la relación entre el público general y las comunidades de seguidores, como ocurre en Facebook. La publicidad también está presente en las nuevas redes sociales y soportes web que permiten una producción de la voz y la imagen con criterios estéticos. Todos estos sitios son espacios en los que se pueden anunciar o publicitar marcas, con enormes posibilidades para cultivar los vínculos sensoriales con sus públicos. Por eso creemos que es necesario entender la naturaleza cualitativa (y promover su estudio desde esa óptica) de estos vínculos sensoriales establecidos en el mundo digital, incluidos en lo que ahora llamamos publicidad programática o numérica, basada en el *big data* y la estadística, pero de profundo arraigo en la cultura social y las prácticas de consumo.

CULTURA GLOBAL PUBLICITARIA

Como consecuencia lógica de todos estos años de trabajo, diálogo y estudio compartido, habiendo establecido el contexto general de la publicidad sobre cuestiones culturales, tecnológicas y comunicacionales desde la perspectiva pluridisciplinar, ha surgido una teoría común, de próxima publicación, una idea consensuada sobre la naturaleza del fenómeno publicitario, que tiene que ver con la existencia de una cultura expandida que tiene como expresión publicitaria la marca y su universo estético-cultural, una metacultura publicitaria entre el arte y el algoritmo.

Como explicábamos antes, la comunicación mediada ha experimentado una transformación radical con la irrupción de la inteligencia artificial, las redes, las realidades artificiales y las nuevas actitudes de los individuos frente a la tecnología; lo que ha causado el surgimiento de nuevas formas de creación, recepción e interpretación de la publicidad, aunque no ha sido lo único que ha influido en profunda renovación del mundo publicitario, pues el comienzo del siglo vino acompañado de la economía digital del conocimiento, del dominio del tecnoliberalismo, del capitalismo de plataformas, de la robotización y de la cultura de la innovación. Gracias a ella las organizaciones actuales consiguen introducir en el mercado nuevos productos y estimular el consumo sin respiro. Este sistema de consumo masivo implica una lógica de destrucción que elimina

lo viejo para favorecer lo nuevo mediante un proceso creativo orientado a la diversificación permanente de la oferta mediante el estímulo de la novedad.

Esta destrucción creativa propia de la publicidad adquiere una dimensión planetaria en la actualidad. Los mercados globales obligan a trabajar en un escenario fronterizo entre distintas culturas, cosmovisiones y escenarios sociales y políticos diferentes. Por eso no se puede considerar a la publicidad una disciplina técnica, es más bien un paradigma humano que contiene razones filosóficas, culturales, ontológicas y antropológicas, además de las propias razones empresariales, mercantiles o meramente comunicacionales. La irresistible expansión de la publicidad establece un proceso de cambio que viene delimitado por el paso de una visión objetiva a una que mira más allá de lo cercano y de lo próximo. El mundo se expande a través de la información que llega de otros lugares mediante los medios digitales y el consumo en un mercado orientado al perfil de un individuo con vocación transfronteriza. Esta expansión global de la comunicación necesita que los símbolos del pasado sean reemplazados por su simulacro digital, más etéreo y rápido para la comunicación global. La transferencia simbólica entre la producción industrial y las imágenes publicitarias ya no surge de prácticas ex novo, sino que las creaciones simbólicas nacen de la apropiación de lo auténtico que contiene el objeto real. Esta apropiación opera con formas que ahora se fragmentan y organizan mediante la sintaxis del hipertexto, el formato transmedia y el criterio del algoritmo inteligente, todo orientado hacia el dominio de la marca como protagonista incuestionable de todo este proyecto expandido y expansivo.

Una cultura global publicitaria en la que encontramos la mejor atalaya posible para plantearnos cuáles son los cambios a los cuales se ven sometidos nuestras sociedades ahora que estamos inmersos en el final del primer cuarto del siglo XXI. Esperamos que el PPGCOM-USP, con su iniciativa y liderazgo, continúe propiciando estos ricos debates, tan necesarios para la creación de redes de investigación y el avance intelectual. ■

Artigo recibido en 09 de Noviembre de 2022 e aceptado en 16 de Noviembre de 2022

Uma epistemologia comunitarista da comunicação

A communal epistemology of communication

■ RAQUEL PAIVA^a

Universidade Federal do Rio de Janeiro, Escola de Comunicação, Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura. Rio de Janeiro – RJ, Brasil

RESUMO

O texto discorre sobre a perspectiva de reinterpretação do conceito de comunidade proposto pela autora, desde os seus estudos iniciais com o desdobramento de conceitos que a qualificam para o entendimento da estrutura na atualidade, como comunidade gerativa e minorias flutuantes. A autora realiza um entrecruzamento da atividade de pesquisa com sua existência individual, social e profissional, contexto em que emergem os colegas da Universidade de São Paulo, com os quais, ao longo dos anos, estabeleceu relações e considera referências, como o decano José Marques de Melo. Trata-se de uma reflexão revisionista e autobiográfica, por isso realizada na primeira pessoa, uma vez que se entrecruzam de maneira intensa produção intelectual e vida pessoal.

Palavras-chave: Comunicação comunitária, comunidade gerativa, epistemologia compreensiva

ABSTRACT

This paper discusses the reinterpretation of the concept of community as proposed by the author, from her initial studies to concepts that qualify it to understanding today's social structure, such as generative community and fluctuating minorities. Her research activity intersects with her individual, social and professional existence, context in which colleagues from University of São Paulo, with whom she established relationships over the years and considers references, such as dean José Marques de Melo, emerge. This revisionist and autobiographic reflection is written in the first person, since intellectual production and personal life are intensely intertwined.

Keywords: Community communication, generative community, comprehensive epistemology

^a Jornalista. Doutora e Mestre em Comunicação pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), com Pós-Doutorado pela Università di Torino. Fundadora do Laboratório de Estudos em Comunicação Comunitária da UFRJ. Professora Emérita da Escola de Comunicação da UFRJ. Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-8786-751X>. E-mail: raquelpaiv@gmail.com

“ANDAM BOIANDO, À superfície / da minha alma, restos / de coisas que eu não sei se, juntas, bastariam / para formar a vida... Ou se eram só pretextos.” Esse poema do poeta português Cabral do Nascimento, falecido em 1978, sempre me intrigou e ficou como um enigma para mim. Eu começo a incursão na minha vida de produção teórica desta maneira – com um esforço revisionista autobiográfico, acreditando que, por trás da biografia de um autor, está a cartografia de seu tempo e de seu trabalho – e porque tenho claro que, em função do gosto especial pela poesia, poderia ter seguido outro caminho. Aliás, cheguei a ter um poema publicado numa coletânea que a Prefeitura de Juiz de Fora produziu, lá pelo final dos anos 1970, começo dos 1980, com o título “Novos Poetas”. Tempos depois, descobri que tinha sido muito audaciosa em me inscrever no concurso e, mais ainda, ter sido selecionada para publicar um poema ao lado de alguns que hoje figuram como escritores e poetas de renome do país.

Nunca mais publiquei nada de literário. Após a curta carreira de poeta, me embrenhei no ofício de narrar jornalisticamente o cotidiano e depois em refletir, questioná-lo e tentar produzir formatos alternativos e inclusivos para a brilhante atividade de descrever a vida. Em 1984, ao ser aprovada em concurso público na Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF), entrei definitivamente para a atividade que sempre norteou minha vida e que me deu mais prazer: a de estar perto dos livros, mais até que de gente. Essa é a verdade que tenho a admitir, antes de empreender uma narrativa objetiva sobre mim mesma, considerando que meus relacionamentos amorosos, familiares e de amizade sempre me trouxeram mais questionamentos que apaziguamentos. Essa seria possivelmente uma das razões de ter apostado sempre em procurar demonstrar a viabilidade de uma proposição, muitas vezes considerada como utópica. Comunidade sempre foi para mim o horizonte de uma vinculação e uma prática de bem comum.

A empatia sempre foi uma marca em minha vida, e a exerci até mesmo em atividades de gestão que assumi. Ocupei todos os lugares que quis, realizei tudo o que gostaria de fazer e não tenho um milhão de amigos, porque não saberia cuidar de tanta gente, mas os pouquíssimos que tenho possuem a certeza de que podem contar comigo. Essa certeza é o que me move, impelida pelo teórico francês Maurice Blanchot (1984), para quem a comunidade serve para que se reconheça a individualidade.

Mas é urgente afinar esse aspecto singular da minha personalidade a fim de evitar as conclusões apressadas. Minha maior luta sempre foi comigo mesma, minha timidez e a dificuldade de socialização, que atribuo em parte aos longos

anos de colégios religiosos e ao fato de ter passado o período mais fértil da vida sob os ditames de uma ditadura militar, que impôs a toda uma geração um ensino para o qual eu era (e sou) particularmente inapta: o famigerado científico, em que as humanidades foram completamente banidas em prol das álgebras, químicas orgânica e inorgânica, física, biologia e que tais.

Devo esclarecer que convivi muito de perto com os militares e suas famílias, porque vivi a infância e adolescência em lugares que um amigo certa vez nomeou como “ilha da fantasia”, as vilas militares. Meu pai, que morreu durante a pandemia de covid-19, aos 84 anos, foi a pessoa mais marcante de minha vida. Foi ele quem insistiu para que eu ingressasse na universidade pública aos 17 anos e depois apoiou que eu fosse morar no Equador por seis meses aos 25 anos, quando fui selecionada como uma das 12 professoras da América Latina para ser *becaria* no Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (Ciespal), instalada naquele país do qual pouco se sabia em 1985. Eu sempre o admirei em sua vida nada fácil, por ter sido a pessoa com quem pude experimentar o afeto e a parceria por mais longo período, além de ter sido o único a se deliciar com minhas histórias, fossem boas, o que lhe arrancava grandes gargalhadas, ou ruins, que visivelmente lhe cortavam o coração.

Ingressei neste texto e dele consumi duas longas páginas, porque não consigo me reconhecer desencarnada desses aspectos, ainda que pessoais, que compõem com tintas firmes minha produção teórica e os relacionamentos profissionais, aos quais passo agora a me dedicar com mais ênfase. Certa vez, uma colega me diagnosticou como nômade. Foi certa na sua definição ao saber de uma pessoa que já havia morado em Juazeiro, Petrolina, Catolé do Rocha, Pindamonhangaba, Pires do Rio, Recife, Natal, Boa Vista, Juiz de Fora, Quito, Turim e Rio de Janeiro. Esse nomadismo, que faço questão de admitir, me foi muito importante por propiciar o reconhecimento da possibilidade de cerzimento dessa colcha de retalhos que é a existência humana.

Pretendo concluir essa parte inicial trazendo a opinião de alguns professores com quem trabalhei e que foram muito importantes para a minha formação. O primeiro deles conheci ainda na faculdade, onde, me orgulho de dizer, conheci autores que são minha bibliografia da alma até hoje: Josué de Castro, “A Retórica” de Aristóteles e Paulo Freire. José Luiz Ribeiro, meu professor e orientador na graduação na UFJF, de quem fui monitora por um longo período e depois colega, incentivador e padrinho do meu primeiro casamento, em recente depoimento disse que fui “formada na têmpera que forja valores intangíveis. Um temperamento de forte personalidade e altivez na realização de suas metas. Eu diria uma autêntica guerreira” (Ribeiro, 2013 apud Fernandes & Gabbay, 2014, p. 237).

COLEGAS, AMIGOS E REFERÊNCIAS TEÓRICAS DA ESCOLA DE COMUNICAÇÕES E ARTES DA UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO

Também me recordo com imenso carinho dos tempos em que atuei na Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom), primeiramente como coordenadora de um núcleo de pesquisas dedicado a estudar as minorias, depois como Diretora Cultural e ainda como Diretora Científica, gestões sempre acompanhadas pela presença firme e empreendedora de José Marques de Melo. Não tenho nenhuma dúvida de que o respeito e a admiração sempre foram mútuos. Se houvesse alguma dúvida, aí estava sempre Dona Silvia, sua esposa, a me relembrar a afetividade compartilhada sempre que nos encontramos. E trabalharmos juntos significava ter no e-mail, às 7 horas da manhã, as suas designações e tarefas para cumprir.

José Marques em São Paulo, na Universidade de São Paulo (USP), José Luiz Ribeiro em Juiz de Fora, na UFJF, e ainda Muniz Sodré – com quem partilho a vida – na Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), todos me transmitiram esse espírito de desbravamento e firmeza que os levou, cada um em seu respectivo lugar, a fundar uma escola dedicada a estudar e ensinar comunicação. O tempo pode passar, novas gestões imprimem novas diretrizes, mas origem é destino e é inegável que José Marques marcou com seu espírito empreendedor os lugares por onde passou. A sua preocupação em aglutinar, produzir agendas na área e registrar as realizações, de maneira a consolidar a instituição, sempre me chamaram atenção, possivelmente por serem práticas que se aproximam do “espírito comunitário” e vinculativo. Numa dessas missões criativas, organizamos um livro em comum quando ele introduziu os prêmios por categorias de pesquisadores, os quais nomeou como fundadores os autores importantes para o campo da comunicação.

Uma vez, para meu orgulho, pude ouvi-lo dizer em uma das muitas reuniões: “Raquel é uma republicana”. Esse seu elogio me marcou tanto que o utilizei para iniciar um texto que escrevi sobre ele. Com essa frase, selamos nossa parceria, porque me encheu de orgulho saber que reconhecia minhas metas pela igualdade e respeito. Vimo-nos pela última vez em uma reunião na sede da Intercom, quando me deu um lote de livros retirados de sua biblioteca pessoal. Tive outras oportunidades em que podia tê-lo reencontrado, mas confesso ter escapado para não o ver já consumido pelo mal de Parkinson, que dificultava seus movimentos e tornava sua fala de difícil compreensão. Nessa última vez, inclusive, escapuli da reunião antes do seu término, e sei que ele, inteligente, sensível e sagaz como era, compreendeu bem meus motivos. Ainda hoje, deparo-me com muitos e muitos e-mails que trocamos ao longo dos anos. Com José Marques de Melo pude conhecer mais de perto colegas paulistas, tanto da Escola de Comunicações e Artes (ECA) quanto de outras faculdades, estreitar parcerias e

amizades com alguns que foram da minha bibliografia de estudante, como Ciro Marcondes, Arlindo Machado, Lucia Santaella, Cremilda Medina, Ana Maria Fadul e Lucrécia Ferrara.

Tenho receio de deixar alguém de fora, mas não posso deixar de citar a amiga e parceira Maria Immacolata Vassallo, que inclusive fez o prefácio de um de meus livros, *Política: Palavra Feminina*, uma pesquisa sobre mulheres e política, em especial, sobre as eleições de 2006. Também é impossível não me recordar de Ismar Soares, referência na área da Comunicação Alternativa, com quem tive o prazer de trabalhar algumas vezes em função principalmente da proximidade temática. Mas não posso deixar de mencionar, ainda da ECA-USP, colegas com quem trabalhei de perto, como Ismail Xavier, quando fomos representantes de área no Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), e os pesquisadores Adilson Citelli, Margarida Kunsch, Irene Machado e ainda Cláudia Lago, minha companheira de vários encontros da International Association for Media and Communication Research (IAMCR), entre outros com os quais tenho tido interfaces ao longo dos anos.

MEUS DESENHOS E LINHAS DE PESQUISA

Acredito que, quando eu menciono colegas, amigos e mesmo referenciais teóricos, esteja já desenhando a composição dos materiais que formam a minha vida de reflexão. Mas, ainda que tais materiais de percurso afetivos sinalizem a conformação plástica da minha área de pesquisa, é necessário precisar que meu envolvimento temático, que se avizinhou a partir do curso de Comunicação Comunitária em 1985, se consolidou mesmo no ano de 1997, quando defendi minha tese de doutorado e criei com um querido orientando de graduação e de mestrado, André Esteves, o Laboratório de Estudos em Comunicação Comunitária (Lecc).

Em 2019, iniciando os preparativos para o centenário de Paulo Freire, comecei a refletir sobre a metodologia de pesquisa que vínhamos desenvolvendo há 12 anos, tanto com atividades e intervenções práticas em favelas do Rio de Janeiro quanto com as disciplinas na graduação e na pós-graduação da Escola de Comunicação da UFRJ, textos publicados no Brasil e no exterior, participação em congressos e seminários e um número considerável de monografias, dissertações, teses e relatórios de pós-doutoramento. E, assim, considerei que o que havia me movido até então e o que tinha feito com que meus alunos e orientandos tivessem se conectado com a temática havia sido o desejo de compreender: o exercício da compreensão. Pensamos a partir do Lecc que nossa proposta era a de uma epistemologia compreensiva, por ser inclusiva no sentido de conferir o mesmo patamar a todas as formas de conhecimento que emergem no território.

Isso explicaria a variedade de temáticas, territórios, linguagens e possibilidades do comunitário que chegaram a mim por meio de estudantes e pesquisadores de todo o Brasil. No fim das contas, o Lecc ampliou o conceito de *comunidade* para uma ideia compreensiva tão plena de possibilidades quanto pode ser a comunicação humana. Projetos no campo das favelas, das ruralidades, da arte, da cultura brasileira, do rádio e da imprensa e de gênero tinham todos em comum a procura pelo comum.

Essa perspectiva tem possibilitado a ampliação ativa do espectro de trabalhos e pesquisas do Laboratório, incluindo cada vez mais temáticas que se complementam e que estão assentadas em bases freireanas. O que Paulo Freire (1996) preferiu nomear como *epistemologia da curiosidade* o sociólogo português Boaventura de Sousa Santos (2010) prefere chamar de *epistemologias do Sul*. Para Paulo Freire, sua epistemologia é uma espécie de antídoto para as certezas que, no espectro do conhecimento, perfazem um ambiente limitador. Na perspectiva de Boaventura, no Hemisfério Sul podem surgir novas possibilidades de intervenção no conhecimento engessado, com novas formas cognitivas, e a partir do pensamento da economista indiana Vandana Shiva (2003) o autor propõe uma ecologia dos saberes.

A proposição da ecologia dos saberes, ou seja, a convivência entre diferentes formas de interpretação do mundo num mesmo grau de importância científica é o que temos chamado de epistemologia compreensiva. A perspectiva compreensiva permite contornar a “monocultura do saber e do rigor”, ou seja, a ideia norteadada pelo rigor do saber hegemônico, em que outras possibilidades de conhecimento e saberes plurais não têm estatuto e validade científicos. A suposição de inclusão dos saberes oriundos do Hemisfério Sul traz embutida a concepção de que o colonialismo ao qual as nações dessa parte do planeta foram submetidas deve ser superado e de que as maneiras e os conhecimentos produzidos por essas populações constituem um saber com lastro científico.

A compreensão representa a proposta pragmática desse debruçar-se sobre a multiplicidade de saberes que compõem a nossa cultura. E ter percebido que toda a minha vida foi pautada por essa perspectiva teórica foi sem dúvida o reconhecimento de uma proposta não apenas teórica, mas de atuação social, ambas em curso há mais de 30 anos.

Importante salientar que a proposição centrada na compreensão necessariamente mobiliza um esforço do conhecimento que não se restringe ao pensamento ancorado no indivíduo como sujeito do processo. A construção tem necessariamente por base o agir social, a composição de um solo coletivo, de grupalidade ou, mais adequadamente, comunitário. É também importante lembrar que “conhecer é tarefa de sujeitos, não de objetos” (Freire, 1977, p. 27).

A epistemologia compreensiva implica então o sujeito em sua construção coletiva, plural, contraditória e aberta. A recente experiência da pandemia da covid-19 deixou, entre tantas lições ainda não digeridas, a consciência da importância de uma construção coletiva da ciência, a fim de que se possa atuar de maneira gerativa sobre as sociedades.

As bases para essa minha proposição e atuação vêm de Paulo Freire, mas também de Milton Santos, Darcy Ribeiro e Muniz Sodré, com suas perspectivas de valorização do território e de tudo o que lhe diga respeito. Afinal, a questão central é a da cultura e dos seus tecidos. Por outro lado, impossível não mencionar as bases que consolidam todos os meus estudos em torno da questão comunitária.

Tenho que admitir que, ao longo dos anos, com muita frequência tenho manuseado autores que acredito propiciarem um entendimento mais direto por parte de alunos e pares, e entre eles está o alemão Ferdinand Tönnies, com sua distinção bastante pedagógica entre comunidade e sociedade. Formei inúmeros pesquisadores a partir de seu livro e das interpretações e leituras que realizamos. Nunca soube direito se preferiam o original ou a interpretação que sempre fiz do seu esforço reflexivo. Nessa empreitada, nunca deixei de lado textos dos clássicos, como Max Weber em torno da ação social e a questão da solidariedade em Émile Durkheim. *A Origem da Família, da Propriedade Privada e do Estado*, de Friedrich Engels, foi desde a faculdade um dos livros que caíram na minha vida como uma espécie de raio e me fizeram entender a presença do ser humano na Terra. Qualquer texto que eu tenha escrito sobre a questão de gênero e patriarcalismo sempre estiveram baseados nesse escrito, ainda que nunca esteja perfilado em minhas referências bibliográficas.

Há outros que, devo reconhecer, nunca figuram como minhas referências, mas constituem sólidas bases de minhas reflexões e maneiras de pensar. Por exemplo, Freud faz parte de um período de minha vida que ainda levei para o mestrado, no qual a Psicologia se constituía como campo que gostaria de estudar. No mestrado, ampliei esse espectro com as leituras dos seminários de Jacques Lacan, que por sua vez me levaram para Julia Kristeva, uma autora por quem tenho muita admiração. Mas Carl Gustav Jung foi uma leitura mais recente, nunca totalmente concluída e jamais citada expressamente por mim, apesar da inegável força teórica que suas proposições têm sobre mim e minhas pesquisas atuais.

Retomando a linha em torno dos propósitos que fundam a base da minha produção em torno da proposição comunitária, acredito que posso delimitar, após discorrer sobre o escopo dos autores clássicos, dois períodos como marcantes do contato com autores que consolidaram minha pesquisa: o período da

descoberta de expoentes da América Latina, em que figuram Antonio Cabezas, Daniel Prieto, Juan Diaz Bordenave e Mário Kaplún, e o período do estreitamento de leituras que ampliaram o leque teórico em torno da questão comunitária, a partir do filósofo italiano Gianni Vattimo, com quem estudei na Università Degli Studi di Torino, em 1995, quando tive contato com a obra de Karl-Otto Apel e sua comunidade ilimitada da comunicação a que tanto se referia Vattimo naquela época. Também tive contato com a obra de um autor que ficou como um dos meus autores preferidos; tendo lido quase tudo o que escreveu o filósofo pragmatista americano Richard Rorty. Consequentemente, me detive mais em John Dewey, a quem sempre recorro quando preciso discorrer sobre o eixo democracia-cidadania-educação-comunidade.

Até então, a fundamentação em torno da temática da comunidade havia sido basicamente pela Antropologia e pela Sociologia. Houve um período, em meados dos anos 1990, quando se iniciaram os estudos da questão da virtualidade, com inúmeras publicações sempre norteadas pelo princípio da filia, ou seja, a desvinculação da proximidade via territorial e mesmo dos laços de parentesco em direção à grupalidade e às tribos, com Michel Maffesoli, assim como Benedict Anderson.

Dentre os textos que me marcaram nessa fase, não posso deixar de citar as discussões teóricas entre Maurice Blanchot e Jean-Luc Nancy a respeito da temática. Os dois autores franceses estiveram no centro das discussões sobre o comunitário na década de 1980: Jean-Luc Nancy com o seu célebre *A Comunidade Inoperada* e Maurice Blanchot com *A Comunidade Inconfessável*. Finalmente, devo citar um autor de quem também traduzi e publiquei um texto, o italiano Roberto Esposito, com seus *Communitas e Immunitas* que, na minha opinião, encerram a discussão em torno das diferenças entre a agregação e a fragmentação.

Entretanto, para encerrar a abordagem em torno da epistemologia compreensiva e seus materiais, me falta a abordagem de um autor básico para os materiais dessa teoria. Meu primeiro contato com seus escritos foi lá pelo final dos anos 1980, quando cheguei a assistir algumas de suas conferências. Está bastante presente em um dos meus livros, o *Histeria na Mídia*, mas com certeza compõe o solo de minhas reflexões. Pude ter alguma convivência com Jean Baudrillard, por ser muito amigo do meu companheiro de vida. E tenho no meu currículo um dos meus aniversários em que passamos os quatro, comendo comida baiana em um restaurante aqui no Rio de Janeiro: eu, Muniz, Baudrillard e Vattimo.

Recentemente, fui convidada a participar de um evento em sua homenagem na Universidade de Quebec, e talvez por estarmos no meio do período pandêmico, e eu imaginasse seu semblante nada surpreso diante da insólita situação, escrevi um texto em que unia o pensamento da liderança indígena Ailton Krenak

ao de Jean Baudrillard. Baudrillard tinha esse olhar preciso sobre as catástrofes, as anunciadas, iminentes e as reais, e conseguia ser imensamente criativo diante delas. Talvez mesmo por essa razão tenha se tornado um fotógrafo nos últimos anos de sua vida.

Para concluir este esboço teórico me falta a abordagem sobre a cidade. Tornou-se uma necessidade, na medida em que transcorriam as investigações teóricas e atuações nos espaços populares, o entendimento sobre o tecido social e o lugar gerador das forças aglutinadoras e dispersivas. Pensar a cidade nesse horizonte se transformou em um desafio, uma vez que a prerrogativa seria pensar a cidade real, mas não pelo olhar da Arquitetura, também não da Antropologia, mas sim a partir do *sensorium*, das marcas impressas nos corpos e nas mentes de quem vivencia essa obra em permanente processo. Por essa razão, meu autor básico foi o jornalista e sociólogo Ezra Park e os expoentes da Escola de Chicago, seguido por Richard Sennett e Sássia Sasken, assim como a jornalista e ativista Jane Jacobs, dentre muitos outros, em que incluo também Jesús Martín-Barbero e Néstor García Canclini. E os escritores pelos quais tudo começou: James Hillman, Marc Augé, David Byrne, Pierre Sansot, Francesco Careri, entre outros, já que meu interesse inicial partiu da experiência da retomada do andar de bicicleta, em 2013.

O entendimento da cidade como espaço compreensivo me fez revisitar a ecologia urbana da Escola de Chicago em seu apogeu nas décadas de 1920 e 1930, com um Robert Ezra Park, engajado na reflexão sobre as modificações sociais e culturais que aconteciam de maneira vertiginosa nas cidades americanas, e em especial na própria Chicago, naquele começo de século XX. Debruçados sobre a observação direta, esses primeiros trabalhos sobre a cidade podem ser de grande serventia para os estudos atuais. Na verdade, ao revisar os escritos e as proposições que nortearam a Escola de Chicago, em especial no seu período mais florescente, podem ser encontrados textos de uma atualidade desconcertante e até mesmo similaridades nem sempre declaradas com muitos de conceitos que apareceram ali.

Além da observação sociológica dos americanos de Chicago, o psicólogo pós-junguiano James Hillman, com o seu *Cidade e Alma* (1993), trazia uma proposta muito aproximada daquilo que me interessava, sobretudo em sua abordagem sobre a insubstituível necessidade do homem de caminhar como forma de alcançar uma reflexão profunda sobre a cidade que transformamos, onde a cada dia esse simples ato torna-se cada vez mais dificultado. Como disse, minha relação com a bicicleta a partir do ano de 2013 trouxe consigo um interesse maior sobre os espaços em que transitamos e a forma como o território se abre ou se fecha para as dinâmicas do social.

Ainda entre os teóricos que vieram me ajudar na relação com a cidade, não posso esquecer do sociólogo alemão Georg Simmel, com o clássico *A metrópole e a vida mental* (1979), e do antropólogo americano já mencionado, Richard Sennett, que tem se dedicado a decifrar a vida urbana, destacadamente no livro *The Conscience of the Eye: The Design and Social Life of Cities* (1992), em que deixou bastante evidenciada essa relação entre os sentidos, a arquitetura, a obra de arte e a cidade.

Ultimamente, além dos autores que me permitem pensar o sensível, como Jacques Rancière, Maurice Merleau-Ponty, Muniz Sodré, em função da espreita de novos e impensáveis tempos, tenho me concentrado nos escritos do italiano Emanuele Coccia, o primeiro que me levou a pensar na temática da metamorfose como um caminho para o entendimento dos tempos atuais. Certamente, a pandemia parece constituir um marco civilizatório para os novos tempos, mas a ela se deve acrescentar também a reversão dos sistemas políticos em diversas regiões do planeta, com a instauração de projetos específicos, cujo acento primordial é o retorno à crueldade, própria da barbárie. Alguns autores, trilhando o caminho de diagnóstico pela metamorfose, argumentam mesmo tratar-se de uma profunda transformação, algo sem precedentes, e diferindo das mudanças sociais quando ainda se tinha no horizonte a premissa do desenvolvimento e do progresso. E talvez exatamente por esse cenário de grandes transformações e incertezas para a composição de prognósticos, duas categorias-conceitos que desenvolvi há alguns anos têm retornado com força total. Sobre elas passo a fazer uma exposição, exatamente também porque constituem conceitos teóricos de aplicação prática que derivam da epistemologia compreensiva.

COMUNIDADE GERATIVA E MINORIAS FLUTUANTES

A proposta da comunidade gerativa se consolidou como projeto antes do novo milênio. A ideia das minorias flutuantes se formou a partir de 2002, no contexto da coordenação do grupo de trabalho da Intercom “Cultura de Minorias”. Pude então ter acesso a inúmeras propostas de grupos que se consolidaram em função de suas temáticas. Ambos os conceitos estão publicados em capítulos de livros que colegas da área do país e de Portugal organizaram e que eu mesma organizei. Estão também presentes em trabalhos de inúmeros orientandos e pesquisadores desde as primeiras publicações. De maneira surpreendente retornaram agora, durante a pandemia, quando vimos surgirem, principalmente nas grandes cidades, grupos autodenominando-se coletivos, com o objetivo de atuar em áreas abandonadas pelos governos constituídos.

Antes de dissertar mais longamente sobre estes dois tópicos é importante destacar que, por cerca de 10 anos, estive à frente do projeto BRICS-Jornalismo,

coordenado por mim no Brasil e que foi financiado pela Academia de Pesquisa da Finlândia, sob a coordenação do importante jornalista e pesquisador finlandês Kaarle Nordenstreng. Os resultados do projeto estão disponíveis no site¹, mas me cumpre destacar que, ainda que o início do projeto tenha sido a pesquisa da atuação dos jornalistas nos países BRICS, seu cotidiano e produções, no Brasil, Rússia, Índia, China e África do Sul, conseguimos ao longo dos anos inserir temáticas com as quais temos trabalhado, como a questão da comunicação contra-hegemônica, produções de rádio comunitária e alternativas para o padrão de comunicação vigente. Essas pesquisas, que se consolidaram em livros publicados pela importante casa editorial inglesa Routledge, nos levaram a constituir grupos de pesquisa e conhecer a realidade dos países BRICS. Mantendo o meu perfil agregador, que já fiz questão de ressaltar, inseri no projeto, além do professor e amigo desde os tempos de jornalismo, Márcio Guerra, e sua equipe da UFJF, que desde a primeira hora esteve comigo na realização do trabalho de campo, também colegas da UFRJ, da Universidade de Brasília (UnB), da Universidade Estadual do Rio de Janeiro (UERJ) e da USP, com a professora e amiga Cláudia Lago.

¹ <https://research.tuni.fi/brics/>

Hoje posso reconhecer que o período pandêmico me trouxe o benefício de consolidar olhares para a pesquisa que certamente não estavam tão visíveis anteriormente: a pesquisa está estreitamente vinculada à vida do indivíduo e dos seus grupos. Definitivamente, não existe pesquisa em separado e isolada: ou ela é integrada ou ela é um campo desértico, onde nada prospera. E foi assim, munida por essa definitiva compreensão, que duas portas fenomenais se abriram diante de tantas perdas do período pandêmico: a primeira, o convite para figurar como pesquisadora visitante do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação (PPGCOM) da UERJ, onde pude conviver mais de perto com colegas com quem já mantinha excelentes relações, aprofundar a amizade e produzir com um amigo, Ricardo Freitas, e os pesquisadores do seu laboratório. E, finalmente, o Laboratório que criei e coordenei até 2019, concorreu a um edital da Fundação Carlos Chagas Filho de Amparo à Pesquisa do Estado do Rio de Janeiro (Faperj) e foi o único a vencer na área de Humanas. O nosso projeto, com previsão de dotação orçamentária para quatro anos, começou a ser executado este ano com um curso de Comunicação Comunitária, envolvendo dezenas de pesquisadores de todos os níveis que integram o Laboratório, para 53 membros dos coletivos do Rio de Janeiro, Niterói, Duque de Caxias e Belford Roxo que estão atuando desde o início da pandemia.

Essa é a passagem que precisava para justificar as duas abordagens acima descritas. As *minorias flutuantes* foram uma proposta de abordagem surgida depois da publicação de *O Espírito Comum*, livro resultante de minha tese de doutorado, em 1997. Apesar de todo o esforço de construção do tema do

livro, e de sua boa recepção por parte da comunidade universitária, a busca por uma abordagem mais e mais compreensiva sobre os movimentos sociais contra-hegemônicos me levou a observar as diferentes estratégias de manifestação flutuante dos movimentos sociais no campo do discurso midiático. O primeiro texto com esse termo surge no Congresso da Intercom de 2001, intitulado “Minorias Flutuantes: Novos Aspectos da Contra-Hegemonia”, e coincide com meu interesse pelas formas de atuação de grupos como o Greenpeace e o Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST). Se por um lado a linguagem da mídia estabelecia uma arena discursiva de interesse dos movimentos sociais, por outro as dinâmicas de vinculação interna seguiam um rumo paralelo. Esse momento, marcado pelo livro que organizei com Alexandre Barbalho, *Comunicação e Cultura das Minorias*, em 2005, é também o início de meu mergulho sobre a questão dos afetos e de sua função gerativa.

Por *comunidade gerativa* entendemos a atuação do nosso Laboratório neste momento, na medida em que se qualifica para atuar junto aos coletivos no sentido de consolidar suas ações, com atividades que fortaleçam sua presença cidadã no contexto de megalópole desigual como o Rio de Janeiro. Na primeira atuação durante o mês de outubro foi realizado um curso com aulas presenciais e online sobre temáticas solicitadas pelos coletivos: comunicação comunitária, extração e tratamento de dados, questões raciais, abordagens sobre a cidade e a favela, mobilidade migratória, cobertura jornalística, além de fundamentos de pesquisa e temáticas como política e cultura. O Laboratório, nos próximos quatro anos, vai atuar como gerador para essas comunidades na medida em que vai manter um fórum permanente de discussão e encaminhamento das ações.

Então, para consolidar a questão da comunidade gerativa é preciso compreender que órgãos, instituições e mesmo grupos específicos podem assumir o papel de gerativos. A proposição de uma comunidade gerativa surgiu pela primeira vez em um capítulo escrito para o livro *Vozes Cidadãs*, organizado por Cicília Peruzzo (2004) para o grupo temático “Medios Comunitarios y Ciudadanía” da Associação Latino-Americana de Livre-Comércio (Alaic), em 2004. Naquela altura, a Comunicação Comunitária enfrentava desafios diante da implementação da Lei de radiodifusão comunitária nº 9.612, de 1998, que autorizava a Polícia Federal a fechar rádios populares não homologadas em um sistema burocrático quase impossível de ser atendido. Assim, a ideia de gerativo surge no hiato deixado pela transformação de um modelo de comunicação mais social em um modelo amplamente conduzido pelo mercado e pelos interesses de classe. É o começo de uma metamorfose em meu olhar rumo aos domínios mais afetivos da comunicação e do comunitário. Na comunidade

gerativa busca-se produzir ou gerar o bem comum; qualquer universalidade ou determinismo não são bem-vindos, mas, ao contrário, perseguem-se as transmutações afetivas e os pertencimentos.

E foi justamente na revista MATRIZES, em 2012, que apresentei pela primeira vez a proposição de uma *comunidade do afeto*, no texto “Novas Formas de Comunitarismo no Cenário da Visibilidade Total: A Comunidade do Afeto” (Paiva, 2012), em que me pergunto se seria a comunidade ainda um destino, diante de um mundo cada vez mais motivado pela lei da sobrevivência – um pensamento à época despertado pela imagem da impressionante tela do século XIX *Le Radeau de la Méduse*, de Théodore Géricault. Já tendo retornado a influência de Boaventura de Sousa Santos (2007) em sua sociologia das emergências, pensava na comunidade como um fenômeno vinculativo mais profundo, cujo cimento seriam os afetos, expressos nos sentimentos de generosidade e gratidão.

Finalmente, em março de 2020, recebi o título de Professora Emérita da UFRJ, casa a qual dediquei mais de 20 anos de minha carreira. O título chegou uma semana antes da pandemia da covid-19, quando ainda não imaginávamos a gravidade da travessia que enfrentaríamos. Foi a última solenidade da Escola de Comunicação da UFRJ e da própria Universidade. Com o retorno às aulas presenciais, dois anos depois, ainda se encontravam nas paredes os cartazes do evento. Na época, recebi a proposta com um misto de alegria e surpresa, uma vez que normalmente esse é um título conferido a professores mais longevos. Mas, pensando melhor, esse sempre foi um desafio que enfrentei ao longo da minha carreira, porque entre os colegas estrangeiros, por exemplo, muitas vezes me consideravam muito jovem para ser professora universitária, mesmo eu já tendo 30 anos de carreira.

Creio que minha carreira serviu para abrir caminhos para as jovens pesquisadoras dos tempos atuais, porque, na verdade, as pessoas hoje começam muito mais jovens. Por fim, foi um evento feminista, realizado na semana do Dia Internacional da Mulher e no centenário da UFRJ. A aura feminina estava presente desde a trilha musical – que iniciava com a jovem Alicia Keys e terminava com a mineira “Maria, Maria”, de Milton Nascimento – até a composição da mesa oficial, toda composta por mulheres, inclusive pela primeira reitora da centenária instituição.

Depois deste percurso autobiográfico e diante dos relevos nele encontrados, vejo que minha trajetória se entrelaça com a formação dos estudos em Comunicação Comunitária no nosso país. E esse foi um caminho dos afetos, por mais tortuoso que tenha sido. Por isso, encerro com um trecho de *Velho e o Mar*, de Hemingway: “É uma estupidez não ter esperança”. ■

REFERÊNCIAS

- Blanchot, M. (1984). *La communauté inavouable*. Édition de Minuit.
- Fernandes, G., & Gabbay, M. (2014). Raquel Paiva: A comunidade em questão. In A. Strelow, I. P. Aragão, O. J. Morais, S. Jaconi & T. C. Vaz, *Fortuna crítica da Intercom: Timoneiros* (pp. 241-262). Intercom.
- Freire, P. (1977). *Extensão ou comunicação?* Paz e Terra.
- Freire, P. (1996). *Pedagogia da autonomia: Saberes necessários à prática educativa*. Paz e Terra.
- Hillman, J. (1993). *Cidade e alma*. Studio Nobel.
- Paiva, R. (2012). Novas formas de comunitarismo no cenário da visibilidade total: A comunidade do afeto. *MATRIZES*, 6(1-2), 63-76. <https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v6i1-2p63-76>
- Peruzzo, C. K. (Org.). (2004). *Vozes cidadãs: Aspectos teóricos e análises de experiência de comunicação popular e sindical na América Latina*. Angellara.
- Sennett, R. (1992). *The conscience of the eye: The design and social life of cities*. W. W. Norton & Company.
- Shiva, V. (2003). *A monocultura da mente: Perspectivas da biodiversidade e da biotecnologia*. Gaia.
- Simmel, G. (1979). A metrópole e a vida mental. In O. G. Velho, *O fenômeno urbano* (pp. 10-25). Jorge Zahar.
- Santos, B. S. (2007). *Renovar a teoria crítica e reinventar a emancipação social*. Boitempo.
- Santos, B. S. (2010). *Epistemologias do Sul*. Almedina.

Artigo recebido em 10 de Novembro de 2022 e aprovado em 16 de Novembro de 2022.

50 anos de estudos de Comunicação: Trajetórias acadêmicas cruzadas

50 años de estudios sobre Comunicación: Trayectorias académicas cruzadas

RAÚL FUENTES NAVARRO^a

Universidad de Guadalajara, Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades. Guadalajara, México

RESUMO

Este texto é um exercício autorreflexivo do autor sobre sua trajetória como professor universitário e pesquisador acadêmico no campo dos estudos de comunicação durante as últimas cinco décadas. O ponto de partida é a convicção de que é impossível isolar uma trajetória individual, já que a história implica o reconhecimento das interseções mutuamente determinantes com outros indivíduos e com estruturas institucionais de várias escalas. Qualquer autobiografia acadêmica é necessariamente uma reconstrução de laços coletivos com pares e com contextos institucionais situados em tempos e espaços específicos – neste caso, localizados na América Latina, sobretudo no México e no Brasil.

Palavras-chave: Profissionalização, campo acadêmico, América Latina, México, Brasil

RESUMEN

En este texto se despliega un ejercicio autorreflexivo del autor acerca de su trayectoria como profesor universitario e investigador académico en el campo de estudios de la comunicación durante las cinco décadas más recientes. El punto de partida es la convicción de que es imposible aislar una trayectoria individual, puesto que la historia implica reconocer los cruces mutuamente determinantes con otros individuos y con marcos institucionales de diversas escalas. Toda autobiografía académica es necesariamente una reconstrucción de los vínculos colectivos con pares y con contextos institucionales situados en tiempos y espacios concretos, en este caso ubicados en América Latina, sobre todo en México y en Brasil.

Palabras clave: Profesionalización, campo académico, América Latina, México, Brasil

^a Professor Pesquisador no Departamento de Estudios de la Comunicación Social, Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades, Universidad de Guadalajara. Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-6494-8122>. E-mail: raul@iteso.mx

DE ACORDO COM o sociólogo francês Pierre Bourdieu, o princípio metodológico da *objetivação participante* “é, sem dúvida, o exercício mais difícil que existe” porque “requer a quebra das aderências e adesões mais profundas e inconscientes”, ou seja, o interesse “do objeto estudado por aquele que o estuda” (Bourdieu, 1989, p. 51). Se esta afirmação for aplicável ao meu caso, minha trajetória profissional no campo acadêmico da comunicação pode ser entendida como um longo processo de adoção e exercício do princípio da “objetivação participante” ou, em outras palavras, segundo o sociólogo espanhol Jesús Ibáñez, de uma contínua vigilância epistemológica para integrar o processo desta pesquisa em minha “persona pesquisadora”, que é “socialmente determinada pelo sistema de relações sociais” (Ibáñez, 1985, p. 218). De acordo com o sociólogo americano C. Wright Mills, por sua vez, para entender as mudanças de muitos meios pessoais, somos forçados a olhar além delas. “E o número e a variedade dessas mudanças estruturais aumentam à medida que as instituições dentro das quais vivemos se tornam mais extensas e mais intrinsecamente relacionadas umas com as outras”. Poder descobrir estes vínculos “é possuir *imaginação sociológica*” (Wright-Mills, 1961, p. 30, tradução livre). Há mais de 25 anos, em minha tese de doutorado em Ciências Sociais, pude formular, apoiado pelo trabalho destes e de outros autores, “*um compromisso com a produção de sentido*”, assumindo a opção de “construir uma posição e identidade profissional para mim como acadêmico de comunicação”, que construí como objeto de estudo “o próprio campo em que atuo como sujeito” (Fuentes-Navarro, 1998, p. 10, tradução livre).

Porém, o processo de minha educação universitária começou 25 anos antes. A decisão de entrar no programa de graduação em Ciências da Comunicação em 1970 na Universidade Jesuíta de Guadalajara (ITESO) foi basicamente intuitiva. O programa ainda era amplamente desconhecido e muito atrativo para quem, como eu, preferia um *projeto de futuro* a ser construído e não um projeto pré-fabricado para profissões ou ofícios tradicionais. Uma ampla base em humanidades e uma orientação para a prática na “mídia” foi uma combinação inovadora e estimulante, em uma época que já oferecia aos jovens universitários múltiplas opções para o desenvolvimento cultural (Prieto, 2021). O cinema e as artes audiovisuais foram meu ponto de referência central para o aprendizado inicial e a profissionalização na comunicação. Por dez anos, incluindo cinco anos como estudante, trabalhei como produtor de rádio e audiovisual, tanto no campo comercial quanto educacional. Em 1979, participei da fundação de um Departamento de Recursos Audiovisuais na Universidade de Guadalajara (UDG), com a tarefa de produzir materiais de apoio aos processos de ensino-aprendizagem no ensino superior.

Porém, a edição de filmes gerou questões teóricas e epistemológicas sobre comunicação, nas quais pude trabalhar como professor de Teorias da Comunicação, uma matéria que não existia anteriormente no currículo, mas que assumi no ITESO em 1978 e, portanto, li o pouco material disponível sobre o assunto. Assim, mudei minha carreira profissional de produtor audiovisual para acadêmico em tempo integral. Essa transição foi consolidada em 1981 quando fui nomeado diretor da Escola de Ciências da Comunicação da ITESO, quando então me demiti de meu emprego como produtor na Universidade de Guadalajara. Ao mesmo tempo, a incorporação em organizações nacionais no campo acadêmico foi decisiva para meu futuro: o Conselho Nacional de Ensino e Pesquisa em Ciências da Comunicação (Coneicc), do qual fui presidente no período de 1984 a 1986, e a Associação Mexicana de Pesquisadores em Comunicação (AMIC), fundados em 1976 e 1979, respectivamente.

Duas das lições mais importantes desse primeiro período em minha carreira acadêmica foram que a comunicação tinha que ser entendida a partir de perspectivas que, já então, chamávamos de “sociocultural”, ou seja, que situavam práticas em contextos *estruturantes* em diferentes escalas e dimensões, tanto materiais quanto simbólicas. Tais perspectivas incluíram contribuições da semiótica (Eco, 1976; Verón, 1980), sociologia (Martín-Serrano, 1977; Giddens, 1984) e os pioneiros latino-americanos dos estudos de comunicação (Pasquali, 1970; Martín-Barbero, 1987). O outro aprendizado fundamental foi que, enquanto a “comunicação” foi instrumentalmente adotada por muitos agentes sociais como um recurso para a competição e a imposição de propostas de sentido na vida social, a academia tinha a responsabilidade de exercê-la, de forma “abrangente” ou “reflexiva”, como um recurso colaborativo e um estímulo para o desenvolvimento das próprias visões dos interlocutores de referências comuns (Krippendorff, 1989; Carey, 1992). Essas duas lições também orientaram minha prática como professor e “formador” universitário de profissionais e pesquisadores, uma faceta que foi recentemente analisada como um dos cinco estudos de caso etnográfico por especialistas em educação superior no México (Moreno Bayardo & Torres Frías, 2020), que caracterizaram minha posição como “interação como centro de formação na direção de teses”.

E em 1988, já totalmente incorporado à profissão acadêmica, ocorreram duas mudanças em minha carreira que me levaram decisivamente para a pesquisa. Uma delas foi o fim do meu mandato como Diretor da Escola na ITESO, que pouco depois desapareceu para se tornar uma Coordenação e, por fim, um Departamento. Livre dessa responsabilidade institucional, tive a oportunidade de me concentrar mais na pesquisa através do meu trabalho de ensino de teorias da comunicação e do desenvolvimento do Centro CONEICC

¹ Site disponível em:
<http://ccdoc.iteso.mx>.

de Documentação sobre Comunicação no México, que me fora confiado em 1983 e que se tornaria, anos depois, o site *cc-doc*¹, um repositório de acesso aberto de produtos de pesquisa em comunicação no país. O outro evento crucial daquele ano foi o convite de José Marques de Melo para eu participar do *Estudo Comparativo dos Sistemas de Comunicação Social no Brasil e no México*, proposto pela INTERCOM à CONEICC. Esta participação me permitiu ampliar e aprofundar os laços latino-americanos que eu já havia começado a estabelecer mas que, até então, estavam concentrados principalmente no ensino, no espaço aberto pela Federação Latino-Americana de Faculdades de Comunicação Social (FELAFACS). Fui designado pelo “sistema” de pesquisa em comunicação no México (Fuentes-Navarro, 1991) para o estudo comparativo com o do Brasil, encomendado a Maria Immacolata Vassallo de Lopes, com quem mantenho desde então uma relação acadêmica muito produtiva de colaboração e amizade.

Ambos os “impulsos” para a pesquisa me aproximaram da *metapesquisa*, ou seja, a pesquisa sobre pesquisa. E reconhecendo este “desdobramento” epistemológico, desde então tenho tentado desenvolver uma abordagem comunicacional para esses mesmos processos. Assim, assumi que o estudo da comunicação poderia ser mais bem compreendido como a *produção social de sentido sobre a produção social de sentido* (Fuentes-Navarro, 2003), como tive a oportunidade de apresentar no 3º seminário COMPÓS em 2002 em São Paulo, no 30º aniversário do curso de pós-graduação da Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP). Mais de uma década de colaboração acadêmica com colegas brasileiros me permitiu aprender e exercer diversas perspectivas críticas sobre o *campo acadêmico* comum, um processo que, felizmente, continuou por muitos anos.

Em 1990, no decorrer do *Estudo Comparativo*, fui convidado a permanecer na ECA-USP com outros consultores estrangeiros, no âmbito de um processo de “Transição para a Modernidade” daquela Escola (Melo et al., 1992), especificamente em relação à pesquisa realizada pela ECA sobre seus formandos e os mercados de trabalho (Lopes et al., 1992). Durante um mês inteiro compartilhei com Luis Ramiro Beltrán e Marcelino Bisbal, entre colegas de outras nacionalidades e um bom número de acadêmicos brasileiros da ECA, as atividades e o convívio de uma instituição que sistematicamente procurou renovar e endossar sua importância internacional dentro do campo acadêmico da comunicação. Nesses anos, também compartilhei com muitos outros colegas o processo de reconstituição da Associação Latino-americana de Pesquisadores em Comunicação (ALAIIC), liderada por José Marques de Melo, especialmente no que diz respeito à modificação do estatuto e à preparação dos congressos latino-americanos. O primeiro desses congressos foi realizado perto de São Paulo,

na cidade de Embú Guaçu, em 1992. Um pouco mais tarde, também colaborei no projeto dos GT (grupos de trabalho ou grupos temáticos) da ALAIC e participei do GT de Teoria e Metodologia da Pesquisa em Comunicação desde o início.

Porém, na primeira metade dos anos 90, nesse processo de “transição” para a pesquisa como tarefa acadêmica prioritária, tive a oportunidade - que não busquei antes - de seguir um programa de doutorado de alta qualidade, sem mudar de residência. Fiz parte da primeira geração do doutorado em Ciências Sociais oferecido em conjunto pela Universidade de Guadalajara (UDG) e pelo Centro de Pesquisa e Estudos Superiores em Antropologia Social (CIESAS), especificamente na área de Sociologia. Minha intuição, juntamente com a experiência já acumulada ao longo de mais de vinte anos no campo, me levou a situar minhas questões teóricas e práticas sobre comunicação em um “espaço epistêmico” mais amplo, o das Ciências Sociais. Tive muito claro desde o início que o que eu procuraria desenvolver no doutorado seria a “solvência” metodológica, e por isso decidi trabalhar em um “objeto” que já havia trabalhado, a constituição do campo acadêmico da comunicação no México.

Durante o processo de doutorado, a etapa mais demandante em termos acadêmicos em minha formação universitária, consegui aprender muito sobre metodologias e abordagens disciplinares, mas também algo mais difícil e de maior importância: aprendi a trabalhar em casa sem me isolar da vida familiar, ou seja, aprendi a “ir e vir” instantaneamente da concentração, cercado por quatro filhos e uma esposa que também aprendeu a facilitar o processo, acompanhando-me amorosamente, mas sem interferir muito ou “desnecessariamente” em minhas tarefas. Naturalmente, isso significava que o que era “necessário” era definido por eles. A experiência desses quatro anos foi muito estimulante e agradável, tanto pessoal quanto academicamente. Recebi meu diploma pouco antes de completar 44 anos, uma idade que naquela época e em meu ambiente acadêmico não era tão tardia quanto poderia parecer agora. As próximas duas décadas e meia reafirmaram isso.

Comecei a me assumir como um “pesquisador de comunicação” quando apresentei um trabalho no Primeiro Encontro Nacional de Pesquisadores de Comunicação da AMIC em 1980. Porém, me senti plenamente reconhecido institucionalmente como tal em 1996, quando obtive meu doutorado e me candidatei e fui aceito no Sistema Nacional de Pesquisadores, ao qual na época ainda não haviam se juntado mais de dez colegas no campo da comunicação. Dois anos antes eu havia retornado à UDG, agora com um cargo de professor-pesquisador. Tão “coletiva” e “social” quanto a construção de qualquer outra identidade, a de pesquisador depende do *habitus* como um sistema de disposições “internas”, assim como o reconhecimento e posicionamento institucional,

além dos pares. O termo “colega”, que é frequentemente usado para se referir a pares acadêmicos, implica a condição de sujeitos “mutuamente escolhidos”. E essa é a base da colegialidade, a forma de coletividade própria da academia. Tive a sorte de compartilhar minha atividade profissional com excelentes pessoas, colegas e equipes de trabalho, e pude juntar-me a esse amplo e multifacetado sujeito coletivo no México e na América Latina que procurou e conseguiu, em grande parte, legitimar os estudos de comunicação e mantê-los em permanente consolidação e renovação, buscando incansavelmente seu objeto em contextos mutáveis e esquivos.

Posso resumir, como fiz em meu discurso de agradecimento e aceitação do título de *Doutorado Honoris Causa* concedido pela Universidade Autônoma da Baja California (Fuentes-Navarro, 2020). Como membro de várias matérias coletivas, tive a oportunidade de dedicar cinco décadas ao aprendizado, descoberta, experimentação, convocação, organização, estímulo, crítica, questionamento, conservação e renovação de conhecimentos e intervenções, mais do que ao ensino; compartilhar, imaginar, discutir, divulgar, consolidar descobertas e métodos, em vez de cultivar certezas científicas que pretendem ter valor universal. Os legados de que me apropriei e a generosidade com que fui tratado me deram confiança nos efeitos em longo prazo da educação universitária e na contribuição essencial da pesquisa para ela. Assim, considero-me um acadêmico em tempo integral, que aprendeu a entender o mundo em que vive como resultado e estímulo da comunicação, e sabe que é impossível contrastar ou separar o compromisso social e profissional; nem a comunicação da educação, cultura e política. A comunicação é de fato uma ética, uma realidade prática e inescapável, bem como um recurso de interação e de exercício de poder. Porém, em muitos aspectos é também um *enigma*, que nos desafia constantemente. Como afirma o colega norte-americano John Durham Peters (1999, p. 2, tradução livre), “entender a comunicação é entender muito mais”. Esse poderia ser um resumo da minha trajetória nos últimos cinquenta anos: como estudante e praticante, como professor e pesquisador, como o mais reflexivo praticante de comunicação possível.

Sem dúvida, os últimos 25 anos são o período mais produtivo dessa trajetória, quando a maioria das minhas publicações surgiu, a maioria dos alunos de mestrado e doutorado que fui professor assistente se formou, e visitei a maioria dos países latino-americanos como professor visitante pelo menos uma vez. Neste último aspecto, sem dúvida o país onde realizei o maior número dessas atividades foi o Brasil, incluindo minha participação em 2015 em um Projeto PROCAD/CAPES, intitulado *Comunicação e Mediações em Contextos Regionais: usos midiáticos, culturais e linguagens*, que envolveu a realização de um seminário sobre *Epistemologia da Comunicação e Mídia do Local: heurísticas socioculturais*

(Fuentes-Navarro, 2019) no curso de pós-graduação da ECA/USP em São Paulo (<https://www.youtube.com/watch?v=RwRXm42KdSk>), e posteriormente na Universidade Federal do Rio Grande do Norte, em Natal, RN, e na Universidade Federal do Mato Grosso do Sul, Campo Grande, MS. Antes e depois dessas experiências, dei seminários semelhantes na Universidade Nacional de Córdoba, Argentina; na Universidade Católica do Peru; na Universidade Católica de Minas Gerais, Belo Horizonte, Brasil; na Pontifícia Universidade Javeriana de Cali, Colômbia; na Universidade Iberoamericana, Cidade do México; e na Universidade do Norte, Barranquilla, Colômbia, entre outras.

Com diferentes ênfases, em todos esses espaços acadêmicos latino-americanos tenho mostrado como a dispersão e a fragmentação no campo acadêmico da comunicação são condições que podem ser observadas hoje em qualquer parte do mundo e se manifestam cada vez mais nas múltiplas perspectivas e posições predominantes em quatro dimensões principais (ontológica, epistemológica, praxiológica e metodológica) de interpretações teóricas da comunicação, e suas relações mútuas em uma *hierarquia epistêmica* cada vez mais ambígua. Portanto, uma tentativa especial pode ser feita para identificar, historicizar e contextualizar as tensões e escolhas fundamentais, bem como as consequências práticas que suas múltiplas interligações confusas implicam para a compreensão pública dos recursos, para os direitos de comunicação e para a consolidação de programas de pesquisa científica e treinamento em pesquisa em escala global, nacional, regional e local.

Tenho proposto e debatido - além de meus cursos regulares de pós-graduação no ITESO e UDG - com várias comunidades acadêmicas que definem a “comunicação” como resultado de como e de onde se propõe estudá-la e como se aborda sua problematização e desenvolvimento conceitual. A proliferação indiferenciada e indiscutível de definições gera o que James Carey (1992, p. 34) denunciou de forma tão eloquente há muitos anos: “Nossos modelos de comunicação existentes são menos uma análise do que uma contribuição para o caos da cultura moderna”. Consequentemente, longe de reivindicar com autoridade uma unificação reducionista, sei que é apropriado engajar-se, comunicativamente, em uma conversa comprometida e responsável entre agentes no campo (Craig, 1999), sobre a relação entre a questão genérica “o que é comunicação?” (situada na dimensão ontológica) e “como conhecer a comunicação?” (questão central da dimensão epistemológica). Além disso, não só a consistência da questão epistemológica deve depender da definição ontológica, mas também vice-versa, de forma recorrente e reflexiva.

A busca recursiva e reflexiva da consistência do conhecimento sobre a comunicação implica que a comunicação como objeto de conhecimento é o resultado

de um trabalho de *modelagem da realidade*, de imposição de algum modelo sobre a realidade a fim de poder reconhecê-la como tal. Existem dificuldades interessantes no trabalho específico que deve ser investido para fazer esta “modelagem da realidade”: selecionar e, portanto, construir esta realidade em termos determinados pela nossa maneira de conhecer e não pela “realidade objetiva” em si, que não podemos conhecer como tal sem esta mediação (Couldry & Hepp, 2017). Isso nos permite colocar em jogo a definição ou conceito central de comunicação como “produção social de sentido” como ponto de partida, mas também como um ponto de chegada. Como já mencionado, este conceito de comunicação, definido de uma perspectiva sociocultural, implica por sua vez que o estudo da comunicação é a “produção social de sentido sobre a produção social de sentido” e é uma forma, entre outras, de localizar, compreender, contextualizar o objeto do conhecimento, ao mesmo tempo em que sua relação com o sujeito do conhecimento; uma forma de não deixar o objeto “flutuando no ar” como se fosse uma definição totalmente arbitrária.

Esta forma de conceber teoricamente o estudo da comunicação não é de longe a que prevalece nos processos de formação universitária e de pesquisa institucionalizada na América Latina. Por isso meu principal interesse tem sido investigar estes processos de institucionalização através de suas mais importantes “objetivações”: programas de graduação e pós-graduação, publicações acadêmicas e associações especializadas. Em 1992, publiquei uma primeira abordagem, sob o título *Un campo cargado de futuro. El estudio de la comunicación en América Latina* (Fuentes-Navarro, 1992), e nos anos seguintes uma série de atualizações e desenvolvimentos desta “história”, incluindo artigos sobre seus “desafios disciplinares e pós-disciplinares” (Fuentes-Navarro, 1997), suas “condições e perspectivas para o século XXI” (Fuentes-Navarro, 1999), suas “referências internacionais e condições para um diálogo transversal de conhecimento” (Fuentes-Navarro, 2010) ou sua “internacionalização desintegrada” (Fuentes-Navarro, 2014). Também foram realizadas conferências em Bogotá - FELAFACS - em 1992 sobre “O estudo da comunicação sob uma perspectiva sociocultural na América Latina”; em Quito - SEICOM-CIESPAL - em 2011 sobre “Tendências da pesquisa em comunicação na América Latina: perspectivas e desafios”; em Curitiba - INTERCOM - em 2017 sobre “Memória e historicidade da pesquisa em Comunicação na América Latina”; ou em Campo Grande (à distância) - COMPÓS - em 2020, sobre “Comunicação e fronteiras: geografias e espaços simbólicos de práticas comunicativas na América Latina”, entre outros.

Na perspectiva sociocultural desenvolvida através de múltiplas experiências de pesquisa e debate, consideramos a *institucionalização* em programas universitários e associações profissionais como a manifestação mais “objetiva”

da constituição de um campo acadêmico, na medida em que desta forma as instâncias de poder social atribuem ou reconhecem um lugar específico à produção e reprodução do conhecimento, bem como à formação profissional em uma determinada área, e definem implícita ou explicitamente a orientação e o significado (função social) que o trabalho naquela área naquele lugar deve cumprir a fim de obter e reforçar sua legitimidade. Este processo é então inseparável da *profissionalização* dos sujeitos que, dentro dos programas estabelecidos, têm que exercer práticas acadêmicas e articular, de maneira mais ou menos forte, a produção acadêmica com a tomada de decisões na área, o que por sua vez contribui para a *legitimação* do conhecimento, das instituições onde é cultivada e dos sujeitos que a geram.

Portanto, a extensão e distribuição dos programas no sistema de ensino superior de um ou outro país indicam, ao mesmo tempo, as “posições” que a “disciplina” está adquirindo no sistema, em relação a outras, e aquelas que distinguem as instituições universitárias umas das outras na constituição do campo, assim como as redes que as articulam de determinadas maneiras e não de outras. Mas, além desses processos de institucionalização *social* nos estabelecimentos universitários e redes de interconexão entre eles, é essencial levar em conta a institucionalização *disciplinar* que, seguindo a contribuição clássica de Burton Clark (1991), é considerada ainda mais importante que a primeira para a análise da estruturação do campo acadêmico. No nível da institucionalização social, e ainda mais no nível cognitivo, a constituição de uma disciplina ou especialidade científica “atravessa” os estabelecimentos, ligando-os (e desvinculando-os) uns aos outros através da ação dos sujeitos a eles ligados. No estudo desta estruturação, a dimensão trans-institucional é de fundamental importância e mais ainda quando as instituições e os sujeitos estão localizados em diferentes países, ou seja, em diferentes regimes nacionais. Porém, uma história internacional de estudos de comunicação ainda não foi “escrita” sobre esta ou qualquer outra lógica, pois “a maioria das histórias até agora tem sido nacional, com um foco predominante na América do Norte e Europa Ocidental” (Simonson & Peters, 2008, p. 764, tradução livre). O que fica bem claro é que a institucionalização social tem sido muito mais forte do que a institucionalização disciplinar...

Entretanto, na última década surgiu e se fortaleceu um “ponto de vista internacional” no qual pude participar, que “nos ajuda a ver como o estudo organizado da comunicação refletiu, refratou e impulsionou de imediato a geopolítica transnacional, os padrões institucionais de educação e profissionalização e as formas de saber e agir” que determinaram a vida coletiva desde o século passado. A busca de estruturas sócio-históricas adequadas para fundamentar não só a

pesquisa internacional, mas cada vez mais “transnacional” nos processos de constituição do campo acadêmico da comunicação, com bases teóricas adequadas, ganhou recentemente um forte impulso: “a história transnacional toma forma ao lado de histórias comparativas, internacionais, mundiais e globais” (Simonson & Park, 2016, pp. 2-6, tradução livre). Esse é o contexto acadêmico com o qual mais me identifico hoje, quando fui homenageado como *Pesquisador Nacional Emérito* pelo Sistema Nacional de Pesquisadores do Conselho Nacional de Ciência e Tecnologia (CONACYT), com base em uma avaliação que considerou uma apresentação pessoal que resumo para concluir este texto.

Nos meus quarenta anos de carreira acadêmica, aprendi a articular interpretação e intervenção como operações fundamentais na produção de conhecimento sobre comunicação. A pesquisa sobre teoria e prática me permitiu desenvolver uma metodologia baseada em modelos heurísticos e autorreflexivos. A fórmula é recorrente: conhecer a comunicação só é possível através de seu exercício, portanto, a tarefa central tem sido praticar *a produção social de sentido sobre a produção social de sentido*. Esta síntese das contribuições de muitos autores, e suas manifestações e consequências sistematicamente analisadas empiricamente, tem sido reconhecida como uma contribuição útil e produtiva nos contextos acadêmicos do estudo da comunicação tanto no México como na América Latina e em outras regiões, e cada vez mais em outros campos acadêmicos das ciências sociais e humanas, pois é reconhecida a importância da comunicação como um processo de estruturação social. Assim, a comunicação não é mais concebida simplesmente como “troca de mensagens” ou “uso instrumental da mídia”, embora estas práticas também sejam incorporadas ao que se supõe ser uma perspectiva sociocultural. Neste contexto, pude desenvolver atividades e recursos altamente valorizados por sua escassez e utilidade, tais como aqueles relacionados à documentação acadêmica, à qual me dedico desde 1983, e que estão incorporados no repositório *cc-doc*, disponível para consulta aberta na Internet desde 2003. Atualmente, o repositório inclui mais de oito mil documentos, produtos de pesquisa sobre comunicação no México ou sobre o México: livros, capítulos, artigos e teses de pós-graduação, mais da metade dos quais podem ser recuperados em texto integral. Este recurso indispensável para o desenvolvimento de um estado da arte e pesquisa de fundo no México serve como um complemento para a construção tanto de estruturas teórico-metodológicas quanto referenciais sobre fontes documentais internacionais e, portanto, facilita a orientação mais pertinente de projetos, especialmente teses de pós-graduação, para contextos próximos e, portanto, muito relevantes. Também facilita o desenvolvimento de projetos comparativos, nacionais e internacionais, sobre tópicos e abordagens de interesse acadêmico emergente.

Minha especialidade como professor universitário tem sido o campo das teorias da comunicação, especialmente aquelas orientadas para uma perspectiva sociocultural e como recursos para a construção pós-disciplinar de modelos de interpretação científica e intervenção profissional. Por mais de quinze anos o principal objetivo do meu trabalho foi a formação profissional de comunicadores competentes e reflexivos para explorar novos espaços de desenvolvimento sociocultural através da comunicação. Eu supervisionei 75 teses de graduação em comunicação. Nos vinte e cinco anos seguintes, sem abandonar esse objetivo, minha prioridade foi orientada para a formação de pesquisadores nos níveis de mestrado e doutorado. Supervisionei 47 teses de pós-graduação, o que pude fazer simultaneamente em uma das melhores instituições públicas e uma das melhores instituições privadas do país no campo da comunicação. Centenas de graduados em ciências da comunicação e dezenas de pós-graduados estenderam seu aprendizado, com o qual pude contribuir diretamente, em várias regiões do México e de outros países da América Latina.

Uma dimensão essencial em minha trajetória acadêmica tem sido o trabalho colaborativo e articulado através de instâncias interinstitucionais, visando promover espaços de ação compartilhados para a disciplina em contextos mais amplos do que um único local. A participação na formação e no desenvolvimento de associações acadêmicas nacionais e latino-americanas tem sido um meio essencial de contribuir para o fortalecimento de comunidades científicas e acadêmicas responsáveis e solventes. E isso também implica a promoção de projetos de desenvolvimento institucional que, no meu caso, foi canalizada através da integração de diferentes equipes de trabalho que, entre meados dos anos 80 e a primeira década do século XXI, projetaram, gerenciaram sua aprovação e colocaram em funcionamento três programas de mestrado e dois de doutorado que, na época, alcançaram o mais alto nível (“Competição de Nível Internacional”) no Registro Nacional de Pós-Graduação em Qualidade do CONACYT, e o mantiveram na Universidade de Guadalajara e ITESO. Nestes cinco programas, a pesquisa em comunicação é um eixo central de treinamento e uma ligação institucionalizada fundamental com a produção acadêmica nacional e internacional na área. Por outro lado, desde o início dos anos 80 tenho colaborado na construção de espaços acadêmicos convergentes através da figura de associações acadêmicas trans-institucionais.

A principal contribuição de minha pesquisa vem de meus estudos sobre a estruturação institucional do campo acadêmico da comunicação. Há trinta anos, em um livro intitulado *La comunidad desapercibida, investigación e investigadores de la comunicación en México* (Fuentes-Navarro, 1991), fiz uma primeira abordagem sistemática do que continuei fazendo nos anos seguintes, e no qual,

com um generoso prefácio, Jesús Martín-Barbero me ajudou a entender melhor do que se tratava e até onde o projeto poderia ir. Eu o cito:

Nestes tempos de desencanto, onde abundam balanços desiludidos e reformulações realistas, este livro sabe ler, sob a visível dispersão e fragmentação do campo, o lento amadurecimento de uma comunidade e em traços largos esclarece - e nisso é sem dúvida um pioneiro - como a comunicação se torna um campo intelectual, na medida em que seus atores formam uma comunidade, composta não só de conhecimento, mas também de re-conhecimentos, não só de paradigmas, mas também de posições teóricas e interpelações sociais. (Martín-Barbero, 1991, p. 13, tradução livre).

O jogo de significados que deliberadamente incluí no título deste trabalho, uma vez que descrever a comunidade como despercebida significava “desconhecida ou ignorada”, mas também como desprovida de recursos essenciais, nos permite reconhecê-la agora como mais apreciada e mais consolidada, ambos avanços como parte de um complexo e sustentado, mas insuficiente, processo de amadurecimento. A comunicação multifacetada, o objeto genérico de estudo, ultrapassou e desafiou aqueles de nós que a estudam. E é por isso que acredito, com outros, que é mais importante do que nunca reforçar a atenção universitária a ela, que é responsabilidade central da pesquisa universitária e dos programas de treinamento em comunicação formular da maneira mais precisa possível como interpretar e intervir, e não apenas um ou outro: não apenas interpretar nem intervir nas diversas e complexas realidades sociais nas quais a comunicação é atualmente uma mediação fundamental. ■

REFERÊNCIAS

- Bourdieu, P. (1989). *O poder simbólico*. Difel.
- Carey, J. (1992). *Communication as culture: Essays on media and society*. Routledge.
- Clark, B. R. (1991). *El sistema de educación superior: Una visión comparativa de la organización académica*. Nueva Imagen.
- Couldry, N., & Hepp, A. (2017). *The mediated construction of reality*. Polity Press.
- Craig, R. T. (1999). Communication theory as a field. *Communication Theory*, 9(2), 119-161. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.1999.tb00355.x>
- Eco, U. (1976). *Tratado de semiótica general*. Lumen.
- Fuentes-Navarro, R. (1991). *La comunidad desapercibida: Investigación e investigadores de la comunicación en México*. Iteso – Universidad Jesuita de Guadalajara.

- Fuentes-Navarro, R. (1992). *Un campo cargado de futuro: El estudio de la comunicación en América Latina*. Felafacs.
- Fuentes-Navarro, R. (1997). Retos disciplinarios y postdisciplinarios para la investigación de la comunicación. *Comunicación y Sociedad*, (31), 215-241.
- Fuentes-Navarro, R. (1998). *La emergencia de un campo académico: Continuidad utópica y estructuración científica de la investigación de la comunicación en México*. Iteso – Universidad Jesuita de Guadalajara.
- Fuentes-Navarro, R. (1999). La investigación de la comunicación en América Latina: Condiciones y perspectivas para el siglo XXI. *Diálogos de la Comunicación*, (56), 52-68.
- Fuentes-Navarro, R. (2003). La producción social de sentido sobre la producción social de sentido: Hacia la construcción de un marco epistemológico para los estudios de la comunicación. In M. I. V. Lopes (Org.), *Epistemologias da comunicação* (pp. 15-40). Loyola.
- Fuentes-Navarro, R. (2010). Investigación de la comunicación: Referentes y condiciones internacionales de un diálogo transversal de saberes. *Signo y Pensamiento*, 29(57), 38-48.
- Fuentes-Navarro, R. (2014). La investigación de la comunicación en América Latina: Una internacionalización desintegrada. *Oficios Terrestres*, (31), 11-22.
- Fuentes-Navarro, R. (2019). Epistemología de la comunicación y mediaciones de lo local: Heurísticas socioculturales. In E. Trinidad, M. L. Fernandes, & J. S. Lacerda (Orgs.), *Entre comunicação e mediações: Visões teóricas e empíricas* (pp. 21-30). ECA-USP.
- Fuentes-Navarro, R. (2020, noviembre). *Ceremonia de reconocimiento al mérito universitario (Doctorado Honoris Causa) al Dr. Raúl Fuentes Navarro* [Vídeo]. Vimeo. <https://vimeo.com/480859248>.
- Giddens, A. (1984). *The constitution of society: Outline of the theory of structuration*. University of California Press.
- Ibáñez, J. (1985). *Del algoritmo al sujeto: Perspectivas de la investigación social*. Siglo XXI de España.
- Krippendorff, K. (1989). On the ethics of constructing communication. In B. Dervin, L. Grossberg, B. J. O'Keefe, & E. A. Wartella (Eds.), *Rethinking communication* (vol. 1, pp. 66-96). Sage.
- Lopes, M. I. V., Población, D. A., & Viá, S. C. (1992). *O mercado de trabalho em comunicações e artes e os profissionais formados pela ECA nas décadas de 70 e 80*. ECA-USP.
- Martín-Barbero, J. (1987). *De los medios a las mediaciones: Comunicación, cultura y hegemonía*. G. Gili.

- Martín-Barbero, J. (1991). Prologo. In R. Fuentes-Navarro, *La comunidad desapercibida: Investigación e investigadores de la comunicación en México* (pp. 11-13). Iteso – Universidad Jesuita de Guadalajara.
- Martín-Serrano, M. (1977). *La mediación social*. Akal.
- Melo, J. M. et al. (1992). *ECA-USP: Transição para a modernidade*. ECA-USP.
- Moreno Bayardo, M. G., & Torres Frías, J. C. (2020). *Aprender a ser tutor y director de tesis: Experiencias significativas de formadores en posgrado*. Universidad de Guadalajara.
- Pasquali, A. (1970). *Comprender la comunicación*. Monte Ávila.
- Peters, J. D. (1999). *Speaking into the air: A history of the idea of communication*. The University of Chicago Press.
- Prieto, F. (2021). Prólogo: 60 años de comunicación en México. In M. Vaca, & M. A. Guerrero (Eds.), *La comunicación y sus guerras teóricas: Introducción a las teorías de la comunicación y los medios* (vol. 1, pp. 9-17). Peter Lang.
- Simonson, P., & Peters, J. D. (2008). Communication and media studies, history to 1968. In W. Donsbach (Ed.), *The international encyclopedia of communication* (vol. 2, pp. 764-771). Wiley-Blackwell.
- Simonson, P., & Park, D. W. (Eds.). (2016). *The international history of communication study*. Routledge.
- Verón, E. (1980). *A produção de sentido*. Cultrix.
- Wright-Mills, C. W. (1961). *La imaginación sociológica*. Fondo de Cultura Económica.

Artigo recebido em 15 de Outubro de 2022 e aprovado em 16 de Novembro de 2022.

50 años de estudios sobre Comunicación: Trayectorias académicas cruzadas

50 years of Communication Studies: Cross academic trajectories

■ RAÚL FUENTES NAVARRO^a

Universidad de Guadalajara, Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades. Guadalajara, México

RESUMEN

En este texto se despliega un ejercicio autorreflexivo del autor acerca de su trayectoria como profesor universitario e investigador académico en el campo de estudios de la comunicación durante las cinco décadas más recientes. El punto de partida es la convicción de que es imposible aislar una trayectoria individual, puesto que la historia implica reconocer los cruces mutuamente determinantes con otros individuos y con marcos institucionales de diversas escalas. Toda autobiografía académica es necesariamente una reconstrucción de los vínculos colectivos con pares y con contextos institucionales situados en tiempos y espacios concretos, en este caso ubicados en América Latina, sobre todo en México y en Brasil.

Palabras clave: Profesionalización, campo académico, América Latina, México, Brasil

ABSTRACT

This paper is a self-reflexive exercise undertaken by the author concerning his trajectory as a university professor and academic researcher in Communication Studies for the past five decades. It assumes that no individual trajectory can be isolated, since history implies recognizing the mutually determining intersections with others and with multi-scale institutional frameworks. Any academic autobiography is necessarily a reconstruction of collective bonds with peers and with institutional contexts situated in specific times and spaces—in this case, Latin America, especially Mexico and Brazil.

Keywords: Professionalization, academic field, Latin America, Mexico, Brazil

^aProfesor Investigador en el Departamento de Estudios de la Comunicación Social, Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades, Universidad de Guadalajara. Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-6494-8122>. E-mail: raul@iteso.mx

DE ACUERDO CON el sociólogo francés Pierre Bourdieu, el principio metodológico de la *objetivación participante* “es sin duda el ejercicio más difícil que existe” porque “requiere la ruptura de las adherencias y las adhesiones más profundas y más inconscientes”, es decir, el interés “del propio objeto estudiado para aquel que lo estudia” (Bourdieu, 1989, p. 51). Si esa afirmación es aplicable a mi caso, mi trayectoria profesional en el campo académico de la comunicación puede entenderse como un largo proceso de adopción y ejercicio del principio de la “objetivación participante” o, en otras palabras, según el sociólogo español Jesús Ibáñez, de una continua *vigilancia epistemológica* para integrar el proceso de esa investigación en mi “persona de investigador”, que está “socialmente determinada por el sistema de las relaciones sociales” (Ibáñez, 1985, p. 218). Según el sociólogo estadounidense C. Wright Mills, a su vez, para comprender los cambios de muchos medios personales, nos vemos obligados a mirar más allá de ellos. “Y el número y variedad de tales cambios estructurales aumentan a medida que las instituciones dentro de las cuales vivimos se extienden y se relacionan más intrincadamente entre sí”. Ser capaz de descubrir esos vínculos “es poseer *imaginación sociológica*” (Wright-Mills, 1961, p. 30). Hace más de 25 años, en mi tesis doctoral en Ciencias Sociales pude formular, apoyado en la obra de estos y otros autores, “una apuesta por la producción de sentido” al asumir la opción de “construirme una posición y una identidad profesionales como académico de la comunicación”, lo que construía como objeto de estudio “el propio campo en que actuó como sujeto” (Fuentes-Navarro, 1998, p. 10).

Pero el proceso de mi formación universitaria comenzaba 25 años antes. La decisión de ingresar a la licenciatura (pregrado) en Ciencias de la Comunicación en 1970, en la Universidad Jesuita de Guadalajara (ITESO) fue básicamente intuitiva. El programa era muy desconocido todavía y resultó enormemente atractivo para quienes, como yo, preferíamos un *proyecto de futuro* por construir y no uno prefigurado para profesiones u oficios tradicionales. Una amplia fundamentación en humanidades y una orientación hacia la práctica en “medios de comunicación” eran una combinación novedosa y estimulante, en una época que de por sí ofrecía a los jóvenes universitarios múltiples opciones de desarrollo cultural (Prieto, 2021). El cine y las artes audiovisuales fueron mi referente central de aprendizaje y profesionalización iniciales en comunicación. Ejercí durante diez años, incluyendo los cinco de estudiante, diversas actividades como productor radiofónico y audiovisual, tanto en ámbitos comerciales como educativos, y participé en la fundación, en 1979, de un Departamento de Recursos Audiovisuales en la Universidad de Guadalajara (UDG), con el encargo de producir materiales de apoyo a los procesos de enseñanza-aprendizaje en la educación superior.

Pero el montaje cinematográfico me generó preguntas teóricas y epistemológicas acerca de la comunicación, sobre las que pude trabajar como profesor de Teorías de la comunicación, una asignatura que antes no existía en el plan de estudios, pero de la que me hice cargo en el ITESO a partir de 1978, por lo que leí el poco material disponible sobre el tema. De esa manera, modifiqué mi trayectoria profesional, de ser un productor audiovisual a un académico de tiempo completo, y esa transición se consolidó en 1981 cuando fui nombrado director de la Escuela de Ciencias de la Comunicación del ITESO, así que renuncié a mi trabajo como productor en la Universidad de Guadalajara. Al mismo tiempo, fue determinante para mi futuro la incorporación a los organismos nacionales del campo académico: el Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación (Coneicc), del que fui presidente en el período 1984-1986, y la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC), que habían sido fundados apenas en 1976 y 1979, respectivamente.

Dos de los aprendizajes más importantes de esa primera época en mi trayectoria académica fueron que la comunicación tendría que ser entendida desde perspectivas que, ya entonces, nombramos “socioculturales”, es decir, que situaban las prácticas en contextos de *estructuración* en distintas escalas y dimensiones tanto materiales como simbólicas. Se incluían entre tales perspectivas aportes semióticos (Eco, 1976; Verón, 1980), sociológicos (Martín-Serrano, 1977; Giddens, 1984) y de los pioneros latinoamericanos de los estudios de comunicación (Pasquali, 1970; Martín-Barbero, 1987). El otro aprendizaje fundamental fue que, si bien la “comunicación” era adoptada instrumentalmente por muchos agentes sociales como un recurso para la competencia y la imposición de propuestas de sentido en la vida social, la academia tenía la responsabilidad de ejercerla, “comprensiva” o “reflexivamente”, como un recurso de colaboración y estímulo para el desarrollo de las visiones propias de los interlocutores sobre los referentes comunes (Krippendorff, 1989; Carey, 1992). Estos dos aprendizajes orientaron también, especialmente, mi práctica como docente y “formador” universitario de profesionales e investigadores, faceta que recientemente fue analizada como uno de cinco casos de estudio etnográfico por especialistas en educación superior en México (Moreno Bayardo & Torres Frías, 2020), que caracterizaron mi postura como “la interacción como centro de la formación en la dirección de tesis”.

Y en 1988, ya incorporado plenamente a la profesión académica, ocurrieron dos cambios en mi trayectoria que me impulsaron decisivamente hacia la investigación. Uno fue el término de mi gestión como director de la Escuela en el ITESO, que poco después desapareció para convertirse en una Coordinación

¹ Sitio disponible en:
<http://ccdoc.iteso.mx>.

y, eventualmente, en un Departamento. Liberado de esa responsabilidad institucional, tuve la oportunidad de orientarme más hacia la investigación a partir de mi trabajo de docencia en teorías de la comunicación y en el desarrollo del Centro CONEICC de Documentación sobre Comunicación en México, que me había sido encargado en 1983 y derivaría, años después, en el sitio *cc-doc*¹, repositorio de acceso abierto a productos de investigación de la comunicación en el país. El otro acontecimiento crucial de ese año fue la invitación de José Marques de Melo a participar en el *Estudo Comparativo dos Sistemas de Comunicação Social no Brasil e no México*, propuesto por INTERCOM al CONEICC. Esa participación me permitió ampliar y profundizar los nexos latinoamericanos que ya había comenzado a establecer, pero que habían tenido hasta entonces como foco principal la enseñanza, en el espacio abierto por la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS). Se me asignó el “sistema” de investigación de la comunicación en México (Fuentes-Navarro, 1991) para el estudio comparativo con el de Brasil, encargado a María Immacolata Vassallo de Lopes, con quien desde entonces mantengo una muy productiva relación académica de colaboración y amistad.

Ambos “impulsos” a la investigación me acercaron más precisamente a la *meta-investigación*, es decir, a la investigación sobre la investigación. Y reconociendo ese “desdoblamiento” epistemológico, intenté desde entonces desarrollar un enfoque comunicacional de esos mismos procesos. Así, asumí que el estudio de la comunicación podría entenderse mejor como *producción social de sentido sobre la producción social de sentido* (Fuentes-Navarro, 2003), como tuve la oportunidad de exponerlo en el III seminario de COMPÓS de 2002 en São Paulo, en el 30.º aniversario del posgrado de la *Escola de Comunicação e Artes* de la *Universidade de São Paulo* (ECA-USP). Más de una década de colaboración académica con colegas brasileños, me había permitido aprender y ejercitar diversas perspectivas críticas sobre el *campo académico* común, proceso que, por fortuna, ha continuado durante muchos años más.

En 1990, conforme avanzaba el *Estudo Comparativo*, me invitaron a realizar una estancia en la ECA-USP con otros consultores extranjeros, en el marco de un proceso de “*Transição para a Modernidade*” de esa Escuela (Melo et al., 1992), y específicamente a propósito de la investigación emprendida por la ECA sobre sus egresados y los mercados de trabajo (Lopes et al., 1992). Durante un mes completo compartí con Luis Ramiro Beltrán y Marcelino Bisbal, entre colegas de otras nacionalidades y un buen número de académicos brasileños de la ECA, las actividades y la convivencia propias de una institución que procuraba sistemáticamente renovar y refrendar su importancia internacional dentro del campo académico de la comunicación. También compartí con muchos otros colegas,

en esos años, el proceso de reconstitución de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIC), encabezada por José Marques de Melo, especialmente en cuanto a la modificación del estatuto y la preparación de los congresos latinoamericanos, el primero de los cuales se realizó cerca de São Paulo, en la ciudad de Embú Guaçu, en 1992. Un poco después, colaboré también en el diseño de los GT (grupos de trabajo o grupos temáticos) de ALAIC y me incorporé desde el principio al de Teoría y Metodología de Investigación de la Comunicación.

Pero en la primera mitad de los años 1990, en ese proceso de “transición” hacia la investigación como tarea académica prioritaria, tuve la oportunidad, que no había buscado antes, de cursar un programa de doctorado de alta calidad, sin cambiar de residencia. Fui parte de la primera generación del Doctorado en Ciencias Sociales ofrecido conjuntamente por la Universidad de Guadalajara (UDG) y el Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social (CIESAS), específicamente en el área de Sociología. Mi intuición, en conjunto con la experiencia ya acumulada durante más de veinte años en el campo, me orientó a ubicar mis preguntas teóricas y prácticas sobre la comunicación en un “espacio epistémico” más amplio, el de las Ciencias Sociales. Tuve muy claro desde el principio que lo que buscaría desarrollar en el doctorado sería “solvencia” metodológica, y por ello decidí trabajar sobre un “objeto” que ya había trabajado, la constitución del campo académico de la comunicación en México.

Durante el proceso del doctorado, la etapa de mayor exigencia académica en mi formación universitaria, logré aprender mucho de metodologías y enfoques disciplinares, pero también algo más difícil y de mayor importancia: aprendí a trabajar en casa sin aislarme de la vida familiar, es decir, aprendí a “entrar y salir” instantáneamente de concentración, rodeado de cuatro hijos y una esposa que, también, aprendieron a facilitarme el proceso, acompañándome amorosamente pero sin interferir demasiado ni “innecesariamente” en mis tareas. Por supuesto, eso suponía que lo “necesario” lo definían ellos. La experiencia de esos cuatro años fue muy estimulante y disfrutable en su aspecto personal y académico. Recibí el grado un poco antes de cumplir los 44 años, una edad que en aquel momento y en mi entorno académico no era tan tardía como podría ahora parecer. Las siguientes dos décadas y media así me lo han reafirmado.

Comencé a asumirme como “investigador de la comunicación” cuando presenté una ponencia en la Primera Reunión Nacional de Investigadores de la Comunicación, de la AMIC, en 1980. Pero me sentí institucionalmente reconocido en plenitud como tal en 1996 cuando la obtención del doctorado me permitió solicitar y obtener la aceptación en el Sistema Nacional de Investigadores,

al que entonces no habían ingresado más de diez colegas del campo de la comunicación. Dos años antes había regresado a la UDG, ahora con una plaza de profesor-investigador. Tan “colectiva” y “social” como la construcción de cualquiera otra identidad, la de investigador depende del *habitus* como sistema de disposiciones “internas”, así como del reconocimiento y posicionamiento institucional, además de los pares. El término “colega” que suele emplearse para tratar a los pares académicos implica la condición de ser sujetos “mutuamente elegidos”. Y esa es la base de la colegialidad, la forma de colectividad propia de la Academia. He tenido la fortuna de compartir mi actividad profesional con excelentes personas, colegas y equipos de trabajo, y he podido integrarme a ese amplio y multifacético sujeto colectivo en México y Latinoamérica que ha buscado y conseguido en buena medida legitimar los estudios de comunicación y mantenerlos en permanente consolidación y renovación, siguiendo incansablemente a su objeto en contextos cambiantes y elusivos.

Puedo resumir, como lo hice en el discurso de agradecimiento y aceptación del *Doctorado Honoris Causa* que me otorgó la Universidad Autónoma de Baja California (Fuentes-Navarro, 2020), que como integrante de diversos sujetos colectivos, he tenido la oportunidad de dedicarme durante cinco décadas a aprender, a descubrir, a experimentar, a convocar, a organizar, a estimular, a criticar, a cuestionar, a conservar y a renovar saberes e intervenciones, más que a enseñarlos; a compartir, a imaginar, a discutir, a difundir, a consolidar hallazgos y métodos, más que a cultivar pretendidas certezas científicas de valor universal. Los legados de los que me he apropiado y la generosidad con la que he sido tratado me han hecho tener confianza en los efectos de largo plazo de la formación universitaria y de la esencial contribución de la investigación en ella. Así, me asumo como un académico de tiempo completo, que ha aprendido a entender el mundo en el que vive como resultado y estímulo de la comunicación, y sabe que es imposible contraponer o separar el compromiso social y el profesional; ni la comunicación de la educación, de la cultura y de la política. La comunicación es, efectivamente, una ética, una realidad práctica e inescapable, además de ser un recurso para la interacción y un ejercicio de poder. Aunque también, en muchos sentidos, es un *enigma*, que nos desafía permanentemente. Como afirma el colega estadounidense John Durham Peters (1999, p. 2), “comprender la comunicación es comprender mucho más”, y ese podría ser un resumen de mi trayectoria durante los últimos cincuenta años: como estudiante y profesional, como profesor e investigador, como practicante lo más reflexivo posible de la comunicación.

Sin duda, el período más productivo de esa trayectoria es el de los 25 años más recientes, en el que aparecieron la mayor parte de mis publicaciones, se titularon la mayor parte de los estudiantes de maestría y doctorado de quienes fui director

de tesis, y visité como profesor invitado al menos una vez la mayor parte de los países de América Latina. En este último aspecto, sin duda el país donde realicé la mayor cantidad de estas actividades fue Brasil, incluyendo mi participación en 2015 en un Proyecto PROCAD/CAPES, titulado *Comunicação e Mediações em Contextos Regionais: usos midiáticos, culturais e linguagens*, que supuso la impartición de un seminario sobre *Epistemología de la comunicación y mediaciones de lo local: heurísticas socioculturales* (Fuentes-Navarro, 2019) en el posgrado de la ECA/USP en São Paulo (<https://www.youtube.com/watch?v=RwRXm42KdSk>), y después en la Universidade Federal do Rio Grande do Norte, en Natal, RN, y de la Universidade Federal do Mato Grosso do Sul, Campo Grande, MS. Antes y después de esas experiencias, impartí seminarios similares en la Universidad Nacional de Córdoba, Argentina; la Universidad Católica del Perú; la Universidad Católica de Minas Gerais, Belo Horizonte, Brasil; la Pontificia Universidad Javeriana de Cali, Colombia; la Universidad Iberoamericana, en la ciudad de México; y la Universidad del Norte, en Barranquilla, Colombia, entre otros.

Con diferentes énfasis, en todos esos espacios académicos latinoamericanos expuse cómo la dispersión y la fragmentación en el campo académico de la comunicación son condiciones constatables hoy en cualquier lugar del mundo y se manifiestan de manera creciente en las múltiples perspectivas y posiciones prevalecientes acerca de cuatro grandes dimensiones (ontológica, epistemológica, praxeológica y metodológica) de las interpretaciones teóricas sobre la comunicación, y sus relaciones mutuas en una cada vez más ambigua *jerarquía epistémica*. Por ello puede proponerse un intento especial por identificar, historizar y contextualizar las tensiones y opciones fundamentales, además de las consecuencias prácticas que su confusa imbricación múltiple acarrea para la comprensión pública de los recursos, de los derechos comunicativos y para la consolidación de programas de investigación científica y formación de investigadores en escalas globales, nacionales, regionales y locales.

He propuesto y debatido –más allá de mis cursos regulares en los programas de posgrado en el ITESO y en la UDG– con varias comunidades académicas que definir la “comunicación” como un resultado de cómo y desde dónde se propone estudiarla y cómo se aborda su problematización y su desarrollo conceptual. La indiferenciada y no debatida proliferación de definiciones genera lo que muy elocuentemente denunció James Carey (1992, p. 34) hace muchos años: “Nuestros modelos existentes de comunicación son menos un análisis que una contribución al caos de la cultura moderna”. En consecuencia, lejos de pretender autoritariamente una unificación reduccionista, sé que conviene entablar, comunicativamente, una conversación comprometida y responsable entre los agentes del campo (Craig, 1999), acerca de la relación entre la pregunta

genérica “¿qué es la comunicación?” (situada en la dimensión ontológica) y “¿cómo conocer la comunicación?” (pregunta central de la dimensión epistemológica). Adicionalmente, no solo tendría que hacerse depender la consistencia de la pregunta epistemológica de la definición ontológica, sino también viceversa, recursiva y reflexivamente.

La búsqueda, recursiva y reflexiva, de consistencia del conocimiento sobre la comunicación implica que la comunicación como objeto de conocimiento es resultado de un trabajo de *modelizar la realidad*, de imponerle algún modelo a la realidad para poderla reconocer como tal. Hay dificultades interesantes en el trabajo específico que hay que invertir para hacer esa “modelización de la realidad”: seleccionar y, por lo tanto, construir esa realidad en unos términos determinados por nuestra forma de conocer y no por la “realidad objetiva” en sí misma, que no podemos conocer como tal sin esa mediación (Couldry & Hepp, 2017). Esto permite poner en juego la definición o concepto central de comunicación como “producción social de sentido”, a manera de punto de partida, pero también de llegada. Este concepto de comunicación, definido desde una perspectiva sociocultural, como ya se ha dicho, implica a su vez que el estudio de la comunicación sea la *‘producción social de sentido sobre la producción social de sentido’* y es una manera, entre otras, de ubicar, de entender, de contextualizar el objeto de conocimiento, al mismo tiempo que su relación con el sujeto de conocimiento; una manera de no dejar el objeto “flotando en el aire” como si fuera una definición totalmente arbitraria.

Esta manera de concebir teóricamente el estudio de la comunicación no es, ni con mucho, la prevaleciente en los procesos de formación universitaria y de investigación institucionalizados en América Latina. Por ello, mi principal interés ha sido investigar estos procesos de institucionalización, por medio de sus “objetivaciones” más importantes: los programas de grado y posgrado, las publicaciones académicas y las asociaciones especializadas. En 1992 publiqué un primer acercamiento, bajo el título *Un campo cargado de futuro. El estudio de la comunicación en América Latina* (Fuentes-Navarro, 1992), y en los años siguientes un buen número de actualizaciones y desarrollos de esa “historia”, entre las cuales cabe destacar artículos sobre sus “retos disciplinarios y post-disciplinarios” (Fuentes-Navarro, 1997), sus “condiciones y perspectivas para el Siglo XXI” (Fuentes-Navarro, 1999), sus “referentes y condiciones internacionales de un diálogo transversal de saberes” (Fuentes-Navarro, 2010) o su “internacionalización desintegrada” (Fuentes-Navarro, 2014). También se encuentran las conferencias dictadas en Bogotá –FELAFACS– en 1992 sobre “El estudio de la comunicación desde una perspectiva sociocultural en América Latina”; en Quito –SEICOM-CIESPAL– en 2011 sobre “Tendencias de la investigación

de la comunicación en América Latina: perspectivas y desafíos”; en Curitiba – INTERCOM– en 2017 sobre “Memoria e historicidad de la investigación en Comunicación en América Latina”; o en Campo Grande (a distancia) –COMPÓS– en 2020, sobre “Comunicación y fronteras: geografías y espacios simbólicos de las prácticas comunicativas en América Latina”, entre otras.

Desde la perspectiva sociocultural desarrollada a lo largo de múltiples experiencias de investigación y debate, consideramos a la *institucionalización* en programas universitarios y asociaciones profesionales como la manifestación más “objetiva” de la constitución de un campo académico, en la medida que de esa forma las instancias del poder social asignan o reconocen un lugar específico a la producción y reproducción del conocimiento, así como a la formación profesional en un área determinada, e implícita o explícitamente definen la orientación y el sentido (función social) que el trabajo sobre dicha área en dicho lugar deberá de cumplir para obtener y reforzar su legitimidad. Este proceso es entonces inseparable de la *profesionalización* de los sujetos que, dentro de los programas establecidos, han de ejercer las prácticas académicas y articulan, de maneras más o menos fuertes, la producción académica con la toma de decisiones en el área, lo cual a su vez contribuye a la *legitimación* del conocimiento, de las instituciones donde se cultiva y de los sujetos que lo generan.

Por ello, la extensión y la distribución de los programas en el sistema de educación superior de uno u otro país indican, al mismo tiempo, las “posiciones” que va adquiriendo la “disciplina” en el sistema, en relación con otras, y las que distinguen entre sí a las instituciones universitarias en la constitución del campo, así como las redes que las articulan de ciertas maneras y no de otras. Pero además de estos procesos de *institucionalización social* en establecimientos universitarios y redes de interconexión entre ellos, es indispensable tomar en cuenta la *institucionalización disciplinaria* que, siguiendo el aporte clásico de Burton Clark (1991), se considera aún más importante que la primera para el análisis de la estructuración del campo académico. En el plano de la *institucionalización social*, y con mayor razón en el plano cognoscitivo, la constitución de una disciplina o especialidad científica “atraviesa” los establecimientos vinculándolos (y desvinculándolos) entre sí mediante la acción de los sujetos adscritos a ellos. En el estudio de esta estructuración, la dimensión transinstitucional es fundamentalmente importante, y lo es más, obviamente, cuando las instituciones y los sujetos están situados en distintos países, es decir, en distintos regímenes nacionales. Pero está todavía “por escribirse” sobre esta u otra lógica una historia internacional de los estudios de la comunicación, pues “hasta ahora, la mayor parte de las historias han sido nacionales, con una predominante atención sobre América del Norte y Europa Occidental” (Simonson & Peters, 2008,

p. 764). Lo que sí queda bastante claro es que la institucionalización social ha sido mucho más firme que la disciplinaria...

No obstante, en la década más reciente ha emergido y se fortaleció un “punto de vista internacional” del que he podido ser partícipe, que “nos ayuda a ver cómo el estudio organizado de la comunicación al mismo tiempo ha reflejado, refractado e impulsado la geopolítica transnacional, los patrones institucionales de educación y profesionalización y maneras de conocer y de actuar”, determinantes de la vida colectiva desde el siglo pasado. La búsqueda de marcos sociohistóricos adecuados para fundamentar una investigación no solo internacional, sino crecientemente “transnacional” de los procesos de constitución del campo académico de la comunicación, con fundamentos propiamente teóricos, ha cobrado recientemente un fuerte impulso: “la historia transnacional toma forma junto a las historias comparativa, internacional, mundial y global” (Simonson & Park, 2016, pp. 2-6). Ese es el contexto académico el que más me identifico en la actualidad, cuando he sido honrado como *Investigador Nacional Emérito* por el Sistema Nacional de Investigadores del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT), con base en una evaluación que consideró una autopresentación que resumo para terminar este texto.

Durante cuarenta años de trayectoria académica he aprendido a articular la interpretación y la intervención como operaciones fundamentales de producción de conocimiento sobre la comunicación. La investigación sobre la teoría y la práctica me ha permitido desarrollar una metodología basada en modelos heurísticos y autorreflexivos. La fórmula es recursiva: conocer la comunicación es posible solo mediante su ejercicio, por lo que la tarea central ha sido practicar *la producción social de sentido sobre la producción social de sentido*. Esta síntesis de los aportes de muchos autores, y sus manifestaciones y consecuencias sistemáticamente analizadas empíricamente, ha sido reconocida como una contribución útil y productiva en los contextos académicos del estudio de la comunicación tanto en México como en América Latina y otras regiones, y crecientemente en otros campos académicos de las ciencias sociales y las humanidades, conforme se reconoce la importancia de la comunicación como proceso de estructuración social. De esta manera no se concibe más a la comunicación simplemente como “intercambio de mensajes” o “uso instrumental de medios”, aunque esas prácticas quedan también incorporadas en esta que se asume como una perspectiva sociocultural. En ese marco, he podido desarrollar actividades y recursos muy valorados, por su escasez y utilidad, como las referidas a la documentación académica, a la que me he dedicado desde 1983, y que se concretan en el repositorio *cc-doc*, disponible a consulta abierta en Internet desde 2003, y que a la fecha incluye más de ocho mil documentos, productos de

investigación de la comunicación en México o sobre México: libros, capítulos, artículos y tesis de posgrado, más de la mitad de los cuales se pueden recuperar en texto completo. Este recurso indispensable para la realización de estados de la cuestión y antecedentes de investigación en México sirve como complemento a la construcción de marcos tanto teórico-metodológicos como referenciales sobre fuentes documentales internacionales y, por lo tanto, facilita la más pertinente orientación de los proyectos, especialmente las tesis de posgrado, hacia los contextos cercanos y por ello muy pertinentes. También facilita el desarrollo de proyectos comparativos, nacional e internacionalmente, sobre temas y enfoques de interés académico emergente.

Mi especialidad como docente universitario ha sido el campo de las teorías de la comunicación, sobre todo las orientadas hacia una perspectiva socio-cultural y como recursos de construcción postdisciplinaria de modelos de interpretación científica y de intervención profesional. Durante algo más de quince años, el objetivo primordial de mi trabajo fue la formación profesional de comunicadores competentes y reflexivos para explorar nuevos espacios de desarrollo sociocultural mediante la comunicación. Dirigí 75 tesis de licenciatura en comunicación. Los siguientes veinticinco años, sin abandonar ese objetivo, mi prioridad se orientó hacia la formación de investigadores en los niveles de maestría y doctorado, dirigí 47 tesis de posgrado, y eso lo pude realizar simultáneamente en una de las mejores instituciones públicas y una de las mejores privadas del país en el campo de la comunicación. Varios cientos de egresados de la licenciatura en ciencias de la comunicación y varias decenas de postgraduados han extendido sus aprendizajes con los que pude contribuir directamente, en varias regiones de México y de otros países latinoamericanos.

Una dimensión esencial en mi trayectoria académica ha sido el trabajo colaborativo y articulado mediante instancias interinstitucionales, para fomentar espacios compartidos de acción para la disciplina en contextos más amplios que un solo local. La participación en la formación y desarrollo de asociaciones académicas, nacionales y latinoamericanas, ha sido un medio esencial para contribuir al fortalecimiento de comunidades científicas y académicas responsables y solventes. Y eso también implica el impulso a proyectos de desarrollo institucional que, en mi caso, se canalizó mediante la integración en distintos equipos de trabajo que, entre mediados de los años 1980 y la primera década del siglo XXI, diseñaron, gestionaron su aprobación y pusieron en operación tres programas de maestría y dos de doctorado que, en su momento, alcanzaron el nivel más alto (“Competencia a Nivel Internacional”) en el Padrón Nacional de Posgrados de Calidad de CONACYT, y lo han mantenido en la Universidad de Guadalajara y el ITESO. En esos cinco programas la investigación de la

comunicación es un eje central de la formación, y un nexo institucionalizado fundamental con la producción académica nacional e internacional en el campo. Por otra parte, desde principios de los 1980 he colaborado en la construcción de espacios académicos convergentes mediante la figura de las asociaciones académicas transinstitucionales.

El aporte principal de mi investigación proviene de mis estudios sobre la estructuración institucional del campo académico de la comunicación. Hace treinta años, en un libro titulado *La comunidad desapercibida, investigación e investigadores de la comunicación en México* (Fuentes-Navarro, 1991), hice un primer acercamiento sistemático a lo que he seguido haciendo en los años siguientes, y en el que, con un generoso prólogo, Jesús Martín-Barbero me ayudó a entender mejor de qué se trataba y hasta dónde podría llegar el proyecto. Lo cito textualmente:

En esta época del desencanto, en la que abundan los balances des-ilusionadores y las reformulaciones realistas, este libro sabe leer, por debajo de la dispersión y la fragmentación visibles del campo, el lento madurar de una comunidad y a grandes trazos esclarece –y en ello es sin duda pionero– cómo la comunicación se constituye en campo intelectual en la medida en que sus actores forman comunidad, hecha no sólo de conocimientos sino también de re-conocimientos, no sólo de paradigmas sino de posiciones teóricas y de interpelaciones sociales. (Martín-Barbero, 1991, p. 13)

El juego de sentidos que incluí deliberadamente en el título de ese trabajo, pues calificar como desapercibida a la comunidad la significaba como “desconocida o ignorada”, pero también como desprovista de recursos esenciales, permite reconocerla ahora como mejor apreciada y más consolidada, ambos avances como parte de un proceso de maduración complejo y sostenido, pero insuficiente. La multifacética comunicación, objeto genérico de estudio, nos ha rebasado y desafiado a quienes la estudiamos. Y por eso creo, con otros, que es más importante que nunca reforzar la atención universitaria sobre ella, que es responsabilidad central de los programas universitarios de investigación y formación en comunicación formular de la manera más precisa que sea posible cómo *interpretar e intervenir*, y no solo lo uno o lo otro: no solo interpretar ni solo intervenir en las diversas y complejas realidades sociales en que en la actualidad la comunicación es una mediación fundamental. ■

REFERENCIAS

- Bourdieu, P. (1989). *O poder simbólico*. Difel.
- Carey, J. (1992). *Communication as culture: Essays on media and society*. Routledge.
- Clark, B. R. (1991). *El sistema de educación superior: Una visión comparativa de la organización académica*. Nueva Imagen.
- Couldry, N., & Hepp, A. (2017). *The mediated construction of reality*. Polity Press.
- Craig, R. T. (1999). Communication theory as a field. *Communication Theory*, 9(2), 119-161. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.1999.tb00355.x>
- Eco, U. (1976). *Tratado de semiótica general*. Lumen.
- Fuentes-Navarro, R. (1991). *La comunidad desapercibida: Investigación e investigadores de la comunicación en México*. Iteso – Universidad Jesuita de Guadalajara.
- Fuentes-Navarro, R. (1992). *Un campo cargado de futuro: El estudio de la comunicación en América Latina*. Felafacs.
- Fuentes-Navarro, R. (1997). Retos disciplinarios y postdisciplinarios para la investigación de la comunicación. *Comunicación y Sociedad*, (31), 215-241.
- Fuentes-Navarro, R. (1998). *La emergencia de un campo académico: Continuidad utópica y estructuración científica de la investigación de la comunicación en México*. Iteso – Universidad Jesuita de Guadalajara.
- Fuentes-Navarro, R. (1999). La investigación de la comunicación en América Latina: Condiciones y perspectivas para el siglo XXI. *Diálogos de la Comunicación*, (56), 52-68.
- Fuentes-Navarro, R. (2003). La producción social de sentido sobre la producción social de sentido: Hacia la construcción de un marco epistemológico para los estudios de la comunicación. In M. I. V. Lopes (Org.), *Epistemologias da comunicação* (pp. 15-40). Loyola.
- Fuentes-Navarro, R. (2010). Investigación de la comunicación: Referentes y condiciones internacionales de un diálogo transversal de saberes. *Signo y Pensamiento*, 29(57), 38-48.
- Fuentes-Navarro, R. (2014). La investigación de la comunicación en América Latina: Una internacionalización desintegrada. *Oficios Terrestres*, (31), 11-22.
- Fuentes-Navarro, R. (2019). Epistemología de la comunicación y mediaciones de lo local: Heurísticas socioculturales. In E. Trinidad, M. L. Fernandes, & J. S. Lacerda (Orgs.), *Entre comunicação e mediações: Visões teóricas e empíricas* (pp. 21-30). ECA-USP.
- Fuentes-Navarro, R. (2020, noviembre). *Ceremonia de reconocimiento al mérito universitario (Doctorado Honoris Causa) al Dr. Raúl Fuentes Navarro* [Video]. Vimeo. <https://vimeo.com/480859248>.
- Giddens, A. (1984). *The constitution of society: Outline of the theory of structuration*. University of California Press.

- Ibáñez, J. (1985). *Del algoritmo al sujeto: Perspectivas de la investigación social*. Siglo XXI de España.
- Krippendorff, K. (1989). On the ethics of constructing communication. In B. Dervin, L. Grossberg, B. J. O'Keefe, & E. A. Wartella (Eds.), *Rethinking communication* (vol. 1, pp. 66-96). Sage.
- Lopes, M. I. V., Población, D. A., & Viá, S. C. (1992). *O mercado de trabalho em comunicações e artes e os profissionais formados pela ECA nas décadas de 70 e 80*. ECA-USP.
- Martín-Barbero, J. (1987). *De los medios a las mediaciones: Comunicación, cultura y hegemonía*. G. Gili.
- Martín-Barbero, J. (1991). Prologo. In R. Fuentes-Navarro, *La comunidad desapercibida: Investigación e investigadores de la comunicación en México* (pp. 11-13). Iteso – Universidad Jesuita de Guadalajara.
- Martín-Serrano, M. (1977). *La mediación social*. Akal.
- Melo, J. M. et al. (1992). *ECA-USP: Transição para a modernidade*. ECA-USP.
- Moreno Bayardo, M. G., & Torres Frías, J. C. (2020). *Aprender a ser tutor y director de tesis: Experiencias significativas de formadores en posgrado*. Universidad de Guadalajara.
- Pasquali, A. (1970). *Comprender la comunicación*. Monte Ávila.
- Peters, J. D. (1999). *Speaking into the air: A history of the idea of communication*. The University of Chicago Press.
- Prieto, F. (2021). Prólogo: 60 años de comunicación en México. In M. Vaca, & M. A. Guerrero (Eds.), *La comunicación y sus guerras teóricas: Introducción a las teorías de la comunicación y los medios* (vol. 1, pp. 9-17). Peter Lang.
- Simonson, P., & Peters, J. D. (2008). Communication and media studies, history to 1968. In W. Donsbach (Ed.), *The international encyclopedia of communication* (vol. 2, pp. 764-771). Wiley-Blackwell.
- Simonson, P., & Park, D. W. (Eds.). (2016). *The international history of communication study*. Routledge.
- Verón, E. (1980). *A produção de sentido*. Cultrix.
- Wright-Mills, C. W. (1961). *La imaginación sociológica*. Fondo de Cultura Económica.

Artigo recebido em 15 de Outubro de 2022 e aprovado em 16 de Novembro de 2022.

TESSES E DISSERTAÇÕES

PPGCOM-USP

**1º de julho de 2021 a
30 de junho de 2022**



Teses e dissertações

1^o de julho de 2021 a 30 de junho de 2022

DOUTORADO

BUZZONI, Rachel de Rosso

A prática do advocacy como estratégia da comunicação política

ORIENTADORA: HELOIZA HELENA MATOS E NOBRE

doi: <https://doi.org/10.11606/T.27.2022.tde-08062022-105927>

FERNANDES, Vivian de Oliveira Neves

A experiência da ALER no Brasil: Buen Vivir e jornalismo na articulação em rede de rádios populares latino-americanas

ORIENTADOR: LUCIANO VÍCTOR BARROS MALULY

doi: <https://doi.org/10.11606/D.27.2014.tde-13112014-114022>

IKEDA, Flavia Suzue de Mesquita

Séries brasileiras na TV paga e nas plataformas streaming: gêneros, formatos e temas em um circuito em transformação

ORIENTADORA: MARIA CRISTINA PALMA MUNGIOLI

doi: Em processamento

LOPES, Nadini de Almeida

Opinião de imprensa: tipologias de argumentos em editoriais do jornal O Estado de S.Paulo sobre a prefeitura de São Paulo entre 2013 e 2016

ORIENTADOR: EUGÊNIO BUCCI

doi: Em processamento

MARLET, Ramon Queiroz

Fluxo emocional narrativo multicomponente: perspectivas teóricas e empíricas sobre o seu papel no processamento e persuasão da propaganda e da comunicação de risco

ORIENTADOR: LEANDRO LEONARDO BATISTA

doi: Em processamento



MIANO, Barbara da Silva

'A Vale não vale uma vida': comunicação organizacional e a expressão do ódio nos discursos de audiências ativas presentes no campo das bordas da circulação

ORIENTADOR: LUIZ ALBERTO BESERRA DE FARIAS

doi: Em processamento

NÉIA, Lucas Martins

Como a ficção televisiva moldou um país: uma história cultural da telenovela brasileira (1963 a 2020)

ORIENTADORA: MARIA IMMACOLATA VASSALLO DE LOPES

doi: Em processamento

PRANDINI, Paola Diniz

Conexão Atlântica: branquitude, decolonialidade e educomunicação em discursos de docentes de Joanesburgo, de Maputo e de São Paulo

ORIENTADORA: MARIA CRISTINA PALMA MUNGIOLI

doi: <https://doi.org/10.11606/T.27.2022.tde-08062022-110935>

SANTOS, Andreza Patricia Almeida dos

Sobre mapas e artesanatos: estudos de recepção, etnografia digital e ficção televisiva na era transmídia

ORIENTADORA: MARIA IMMACOLATA VASSALLO DE LOPES

doi: Em processamento

TEIXEIRA FILHO, Clovis

A interação entre jovens e marcas, mediada pela publicidade de causa: cotidiano, consumo e ação social

ORIENTADORA: MARIA CLOTILDE PEREZ RODRIGUES

doi: <https://doi.org/10.11606/T.27.2022.tde-12092022-153953>

TUMA, Ana Beatriz Camargo

Narrativas audiovisuais de cientistas youtubers: intertextualidades entre arte e ciência na divulgação científica

ORIENTADORA: MAYRA RODRIGUES GOMES

doi: <https://doi.org/10.11606/T.27.2022.tde-08072022-101527>

VIDEIRA, Denise Pragana

Comunicação e vínculos organizacionais: estudo sobre a influência dos processos de comunicação interna no comprometimento de trabalhadores em organizações no Brasil

ORIENTADORA: MARIA APARECIDA FERRARI

doi: <https://doi.org/10.11606/T.27.2022.tde-08072022-103252>

ZIMMERMANN, Daniel Dubosselard

Consumo, marcas e opinião pública: a influência da publicidade de marcas na formação da agenda pública

ORIENTADOR: ENEUS TRINDADE BARRETO FILHO

doi: <https://doi.org/10.11606/T.27.2022.tde-13092022-144918>

MESTRADO

ALMEIDA, Michele Medeiros Martins de

Comunicação com o público interno como fator estratégico para o comprometimento organizacional

ORIENTADORA: MARGARIDA MARIA KROHLING KUNSCH

doi: <https://doi.org/10.11606/D.27.2021.tde-27042022-113605>

BUZZONI, Marcelo De Rosso

Uso de histórias em quadrinhos nas aulas de Ensino Religioso: uma análise das tiras Deus de Laerte e Um Sábado Qualquer de Carlos Ruas

ORIENTADOR: WALDOMIRO DE CASTRO SANTOS VERGUEIRO

doi: <https://doi.org/10.11606/D.27.2021.tde-16052022-150335>

CANJANI, Elisa Camargo

Resistências femininas: redes de comunicação de mulheres migrantes latino-americanas na Região Metropolitana de São Paulo

ORIENTADORA: CLAUDIA LAGO

doi: <https://doi.org/10.11606/D.27.2021.tde-10022022-124842>

CINTRA, Laura Batista

O uso social de GIFs animados e a comunicação publicitária: análise semiótica tridimensional para GIFs animados no Twitter

ORIENTADORA: SANDRA MARIA RIBEIRO DE SOUZA

doi: <https://doi.org/10.11606/D.27.2021.tde-11042022-152905>



CRUZ, Matheus Soares Macêdo

Da esfera pública ao net-ativismo: as transformações nas formas de participação em contextos digitais

ORIENTADOR: MASSIMO DI FELICE

doi: Em processamento

FALQUEIRO, Cassia Aparecida Xavier

O fotógrafo de Jardim e a fotografia Lambe-lambe na cidade de São Paulo entre 1920 e 1955: subsídios para uma história

ORIENTADOR: BORIS KOSSOY

doi: <https://doi.org/10.11606/D.27.2022.tde-08072022-101918>

FRANCISCO, Alex Carolino

Páginas coloridas: editoras independentes pela diversidade

ORIENTADORA: SANDRA LÚCIA AMARAL DE ASSIS REIMÃO

doi: <https://doi.org/10.11606/D.27.2022.tde-06062022-143948>

LIMA, Renata Lípia

Do livro de Maquiavel ao banco de dados de Manovich: a evolução das formas de hegemonia a partir dos suportes informacionais

ORIENTADOR: ANDERSON VINÍCIUS ROMANINI

doi: <https://doi.org/10.11606/D.27.2021.tde-26042022-152303>

LONGO, Gustavo de Araujo

Jogos Abertos do Interior: a cobertura esportiva paulista

ORIENTADOR: LUCIANO VICTOR BARROS MALULY

doi: Em processamento

MEIRA, Karla de Melo Alves

“Clica aqui no meu canal!”: mediações e produções de sentidos do consumo para meninas no YouTube

ORIENTADOR: ENEUS TRINDADE BARRETO FILHO

doi: <https://doi.org/10.11606/D.27.2021.tde-11042022-151433>

ORTEGA, Pepita Martin

Jornalismo transmídia e divulgação científica: possibilidades e experiências

ORIENTADOR: ANDRÉ CHAVES DE MELO SILVA

doi: <https://doi.org/10.11606/D.27.2022.tde-13072022-154205>

PEREIRA, Michele Marques

Fotografia e práticas educacionais: Uma experiência na rede municipal de educação infantil de São Paulo

ORIENTADOR: ISMAR DE OLIVEIRA SOARES

doi: <https://doi.org/10.11606/D.27.2021.tde-08062022-104245>

PERTINHEZ, Suzana Takako

Divulgação científica, desinformação e política: a pandemia no Brasil

ORIENTADOR: ANDRÉ CHAVES DE MELO SILVA

doi: Em processamento

PONTES, Sandro

Propósito organizacional: um fator de diferenciação para a comunicação organizacional na busca por visibilidade e reconhecimento das marcas

ORIENTADORA: MARGARIDA MARIA KROHLING KUNSCH

doi: <https://doi.org/10.11606/D.27.2021.tde-02052022-114650>

REBOUÇAS, Cauê de Souza

Leitor digital (e-reader): um redimensionamento midiático do livro na ambiência digital

ORIENTADOR: WAGNER SOUZA E SILVA

doi: <https://doi.org/10.11606/D.27.2021.tde-31032022-173242>

RESTREPO, Sandra Milena Ortega

Desafios e percalços de mulheres no exercício profissional de Relações Públicas: análise de histórias de vida para entender a desigualdade na profissão

ORIENTADORA: MARIA APARECIDA FERRARI

doi: <https://doi.org/10.11606/D.27.2022.tde-09062022-142949>

ROCHA, Anna Vitória Ferreira

Nós também: Gênero, esfera pública e representações culturais da violência sexual a partir de #MeToo e #primeiroassédio

ORIENTADOR: VÍTOR SOUZA LIMA BLOTTA

doi: <https://doi.org/10.11606/D.27.2022.tde-08112022-160707>



SCHADT, Felipe dos Santos

Aportes para uma história de 20 anos no Núcleo de Comunicação e Educação da ECA/USP (1996-2016)

ORIENTADOR: ISMAR DE OLIVEIRA SOARES

doi: <https://doi.org/10.11606/D.27.2021.tde-08042022-093953>

SIERPINSKI, Natalia Rosa Muniz

Autoria de mulheres nas HQs no Brasil: contranarrativas das autoras premiadas na última década pelo Troféu HQMIX

ORIENTADORA: CLAUDIA LAGO

doi: <https://doi.org/10.11606/D.27.2021.tde-25042022-145450>

SOLEDADE, Roberta Takahashi

Educomunicação: a percepção da aceleração social no tempo em cursos de graduação na modalidade à distância

ORIENTADOR: ADILSON ODAIR CITELLI

doi: <https://doi.org/10.11606/D.27.2021.tde-29042022-102002>

SOUZA, Angelica Moreira de

Dimensões de sentidos da presença dos negros em anúncios brasileiros (2019-2020): reflexões e direcionamentos para a construção de um instrumento de apoio para fomentar a igualdade racial na produção publicitária

ORIENTADOR: LEANDRO LEONARDO BATISTA

doi: <https://doi.org/10.11606/D.27.2022.tde-31032022-172421>

MATRIZes é um periódico destinado à publicação de estudos que tenham por objeto a comunicação. Acolhe pesquisas teóricas e empíricas sobre processos comunicativos, meios e mediações nas interações sociais. Trata-se de uma publicação aberta às reflexões sobre culturas e linguagens midiáticas e suas implicações sociopolíticas e cognitivas. MATRIZes preserva o horizonte transdisciplinar do pensamento comunicacional e espera redimensionar conhecimento e práticas que contribuam para definir, mapear e explorar os novos cenários comunicacionais. No limite, MATRIZes busca ser um espaço de debates das diferentes perspectivas do campo da Comunicação.



Vol. 16 – n. 3 set./dez. 2022