

A comunicação como metáfora para compreensão do social¹

Communication as a metaphor for understanding the social

Carlos Alberto de Carvalho²

Resumo: *A perspectiva da comunicação como metáfora para compreensão do social aqui proposta é, menos do que o esboço de uma teoria, a sugestão de um conjunto de questões, à maneira de um roteiro para posterior desenvolvimento e desdobramentos teóricos e metodológicos. Das contribuições possíveis para pesquisas comunicacionais derivadas do pensamento de Paul Ricoeur tomamos sua noção de metáfora, entendida para além da ideia dicionarizada de palavra que designa uma relação de semelhança. A metáfora adquire a dimensão de renovação dos modos de pensar, inovações semânticas que permitem novos olhares sobre antigos modos de compreensão. É assim que, se não são novidades as pesquisas que buscam as interconexões entre comunicação e sociedade, é preciso uma nova visada, que reverta a equação segundo a qual a comunicação é pensada a partir do social, para pensar o social em suas facetas contemporâneas a partir da comunicação, mantendo-se a perspectiva de processos dialógicos.*

Palavras-Chave: *Comunicação. Metáfora. Social.*

Abstract: *The perspective of communication as a metaphor for understanding the social proposed here is less than the outline of a theory, the suggestion of a set of questions in the manner of a roadmap for further development and theoretical and methodological unfolding. Among many possible contributions to research communication derived from the thought of Paul Ricoeur we took his notion of metaphor, understood beyond the idea of word designating a similarity. The metaphor acquires the dimension of renewal of ways of thinking, semantic innovations that enable new perspectives about old ways of understanding. Thus, if they are not new the researches that seek interconnections between communication and society, is needed a new offeree, that accrues the equation by which the communication is thought from the social to thinking the social in its contemporary facets from communication, keeping the perspective of dialogical processes.*

Keywords: *Communication. Metaphor. Social.*

1. Metáfora, inovação semântica e compreensão

Tal como foi proposta por Paul Ricoeur (2005; 2011), a noção de metáfora, embora conserve a perspectiva mais geral de operador semântico (também figura de linguagem) que aponta para a semelhança e a substituição como suas características mais destacadas,

¹ Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho Epistemologia da Comunicação do XXIII Encontro Anual da Compós, na Universidade Federal do Pará, Belém, de 27 a 30 de maio de 2014.

² Professor doutor do Departamento de Comunicação Social da UFMG, na Graduação e na Pós-Graduação. Pesquisador 2 do CNPq. E-mail: caco5@uol.com.br.

ultrapassa tais condições para alcançar uma mais abrangente, qual seja, a de que as metáforas se apresentam heurísticamente como profícuas para que pensamentos filosóficos e agir poético – e acrescentamos também a construção científica – alcancem novos patamares de possibilidades explicativas. Veja-se, por exemplo, como a metáfora do *big bang* tem sido alvo de intensas controvérsias no campo das explicações sobre as origens e expansão do universo, para ficarmos em apenas um exemplo. No campo comunicacional encontramos as metáforas em uma grande diversidade de aplicações com finalidades explicativas, desde a perspectiva das teorias mais gerais da área até aquelas de natureza mais aplicada, como em alguns momentos faremos referência. A ampliação dos horizontes de ação propiciada pela metáfora a inscreve, assim, também no campo das interpretações, razão pela qual os exercícios metafóricos são partes fundamentais das operações hermenêuticas, abrindo novos horizontes interpretativos e compreensivos. Segundo Ricoeur,

Na tropologia da teoria clássica, o lugar assinalado à metáfora entre as figuras de significação é especificamente definido pelo papel que a relação de semelhança desempenha na transferência da idéia primitiva à nova idéia. (RICOEUR, 2005, pp. 267-268)

Ao ultrapassar as formas clássicas de conceituação da metáfora, Ricoeur chama atenção especialmente para o fato de que, ao passo que textos tendem a ser normalmente compreendidos como um conjunto mais amplo de frases, a metáfora pode ser uma espécie de “texto em miniatura”, composto por uma única palavra. Essa redução numérica em termos de quantidade de palavras, no entanto, não pode retirar do horizonte de questões acerca da metáfora e suas contribuições mais refinadas para uma teoria da compreensão, da linguística, da semiótica e outras mais, a perspectiva também das teorias voltadas para a polissemia. O aspecto polissêmico da linguagem e, mais particularmente de palavras e expressões, apresenta-se como condição fundamental para desenvolvimentos relativos aos estudos sobre as metáforas. A “redução numérica” é, conseqüentemente, algo absolutamente distinto de uma redução de potencialidades de significação e de capacidades explicativas funcionando, em sentido contrário, como a elevação potencialmente ao infinito dos jogos de atribuição de sentidos.

Se nosso objetivo neste artigo não é a problematização do conceito de metáfora em todas as suas vertentes e conseqüências, por exemplo, para teorias da linguagem ou para o campo dos aportes às pesquisas filosóficas, ele nos é particularmente profícuo para

pensarmos a comunicação como uma metáfora para descortinarmos o social, ou em outras palavras, as relações, mediações e interações que os processos comunicativos estabelecem com o conjunto social, conduzindo-nos a um exercício hermenêutico que, nas teorizações ricoeurianas, é outro elemento essencial quando se está diante do desafio de compreensão e de interpretação.

É possível afirmar que desde os primeiros estudos sobre o campo comunicacional, hoje considerados clássicos, uma compreensão sobre a sociedade esteve implícita. Estivessem situadas no campo dos estudos administrativos ou críticos, na proposição de Mauro Wolf (1994), – compreendidos por Umberto Eco (1970) a partir da denominação integrados ou apocalípticos – as pesquisas pioneiras sobre a comunicação em sua vertente preocupada com os “efeitos” da ação das mídias e seus conteúdos sobre o social já lidavam com as interconexões comunicação/sociedade. Em que pesem as diferenças de enfoque entre duas perspectivas teóricas e metodológicas tão distintas, a propósito, é claro que ambas concordavam em um ponto crucial: a comunicação exerceria um papel decisivo na conformação das ações individuais e coletivas. Contraditoriamente, no entanto, a compreensão da comunicação nessas pesquisas, salvo engano, sempre esteve ligada a uma clara hierarquia: compreender a comunicação exige antes descrever a sociedade na qual ela está inserida, contradição que se avoluma pela confusão então gerada, pois se a comunicação impõe-se ao social e a ele subjuga com seus conteúdos, não restaria muito da sociedade a ser buscado como traços presentes nos produtos e processos comunicacionais, mas antes, os “modelos” impostos pela comunicação agindo como deterioradores do social e das relações nele instituídas, na visão crítica, ou moldando-o segundo comportamentos desejáveis, na perspectiva administrativa. Como parte da historicidade que particulariza a criação e desenvolvimento das chamadas teorias da comunicação, no entanto, tais características são importantes registros de desafios teóricos e metodológicos em larga medida ainda a serem enfrentados, a despeito de todos os avanços obtidos nas últimas décadas.

Embora não tenhamos espaço e motivações específicas para detalhar os processos históricos de constituição, amadurecimento e às vezes retrocessos nos modos de pensar as relações entre a comunicação e o social, aqui queremos propor uma inversão de expectativas, pois entendemos que os produtos e processos comunicacionais compõem de tal forma os modos como estão organizadas culturalmente as sociedades contemporâneas que é preciso

pensar o social a partir da comunicação, e não somente o inverso, como tem prevalecido na quase totalidade dos estudos comunicacionais.

O caminho é cheio de armadilhas e a primeira delas é cair precisamente no erro cometido pelos primeiros estudos do campo comunicacional, qual seja, o de que a sociedade está assujeitada pela comunicação. Não é o que nos anima, motivo pelo qual é preciso, antes de mais, indicar que importa manter em perspectiva que a dinâmica pressuposta é a relacional, é de negociações de sentido, de complexos processos de interação e por isso mesmo, também é fundamental evitar o erro oposto, o da comunicação assujeitada pelo social, ou dele constituindo um mero espelho, metáfora, não por acaso, largamente difundida, especialmente em estudos sobre o jornalismo (TRAQUINA, 2001, dentre outros), mas que alcança também outras áreas de pesquisas sobre o comunicacional. O que defendemos é a proficuidade de uma abordagem que tome os complexos entranhamentos dos produtos e processos comunicacionais – em suas dimensões midiáticas e de interações não mediadas por aparatos sociotécnicos – nas formas como interagimos e construímos nossos modos de estar no mundo. Menos do que o desenvolvimento de uma teoria, este artigo se limitará a indicar um conjunto de questões teóricas e metodológicas a ser enfrentado em posteriores desdobramentos do que aqui será indicado.

Do que expusemos até aqui explicita-se a razão de lidarmos com a comunicação como uma metáfora para compreensão do social, à medida que trata-se de uma proposta em que a comunicação ultrapassa seus significados literais – embora não os abandonando – para alcançar refinamentos teóricos e metodológicos ou, em outros termos, trata-se da tentativa de superar algumas das dificuldades que têm inviabilizado uma teoria mais complexa das relações entre o comunicacional e o social. Voltemos, assim, aos problemas mais gerais de uma concepção da metáfora antes de prosseguirmos nas questões relativas ao comunicacional e suas potencialidades de explicitação dos intrincados processos de desvendamento do social em suas configurações contemporâneas.

Uma primeira condição, ela própria metafórica, é considerar a vastidão do que denominamos de comunicação, seus produtos e processos como narrativas, no sentido de portadores de sentidos descortinados e latentes, e por isso mesmo em permanente condição de obra em progresso, cuja leitura, crescentemente, se dá ao modo de tentativas de embarcar em um veículo em altíssima velocidade, dadas as transformações verificadas em ritmo quase

sempre vertiginoso e cujas nuances são escorregadias face às leituras empreendidas. Narrativas, nessa perspectiva, são também as múltiplas facetas do social, ou das nossas sociedades contemporâneas, com seus arranjos e desafios de leitura.

Ainda nos valendo das contribuições de Paul Ricoeur – cuja obra foi marcada sobretudo pelo constante esforço de desvendar teórica e metodologicamente as textualidades e as narrativas (RICOEUR, 1994; 1995; 1997) e a natureza polissêmica das construções e leituras de textos e narrativas – é fundamental destacar que a compreensão das metáforas deriva da preocupação do autor em chamar atenção para a inovação semântica como processo que, particularmente nos gestos de leitura, aponta para novos significados. Desse modo as narrativas, com suas metáforas e outras características, implicam muito mais do que eventuais sentidos aparentes, negando-lhes quaisquer imanentismos. Ou dito de outra forma, se a metáfora constitui uma das mais potentes formas de inovação semântica, por sua capacidade de construção de novos sentidos, de usos polissêmicos de palavras e expressões, tal condição tem na construção narrativa apenas um dos momentos cruciais, jamais tornando-se “completo” sem um leitor cuja ação é a de reconstrução da narrativa cuja fruição se lhe apresenta. Completude que se limita a cada ato de leitura, pois novos sentidos, novas narrativas, aparecerão a cada nova entrada no mundo textual e sua infinita riqueza. Eis mais uma razão para propormos a comunicação, seus produtos e processos, assim como o social, como narrativas, obras em aberto, tanto nas possibilidades de leitura daquilo já aparentemente consolidado, como naquilo que diz de novos arranjos, derivados dos múltiplos processos de interação.

Os contextos nos quais são produzidas e lidas as narrativas e quaisquer outras modalidades de textos constituem, por consequência, elemento fundamental para compreender como as metáforas estão a serviço da atualização de sentidos. Como nos diz Ricoeur,

O sentido literal é a totalidade da área semântica, portanto, o conjunto dos usos contextuais possíveis que constituem a polissemia de uma palavra, assim não podemos entendê-lo como um pretense sentido original ou fundamental ou primitivo ou próprio, entre os sentidos admitidos de uma palavra no plano lexical. Portanto, se o sentido metafórico for algo a mais e diferente da atualização de um dos sentidos potenciais de uma palavra polissêmica (ora, todas as nossas palavras nas línguas naturais são polissêmicas), é preciso que esse emprego metafórico seja somente contextual; ou seja, um sentido que emerge como resultado único e fugidio de certa ação contextual. (RICOEUR, 2011, p. 75)

Da citação é preciso considerar como elemento central para as potencialidades de novas visadas sobre as relações entre o comunicacional e o social a ideia mais radical de contexto, que se reveste de uma camada de historicidade que reclama bem mais do que olhar o momento de ocorrência, a situação em que algo se deu, para perceber que está em jogo uma modalidade de contexto a partir do qual os modelos teóricos e metodológicos não podem ser facilmente transplantados de um lugar a outro com meras operações de “adaptações contextuais”. Ao cuidado que em diversos momentos já reclamaram alguns teóricos com a importação de modelos de pesquisas comunicacionais desenvolvidos em sociedades cujos traços culturais são distintos dos nossos, não permitindo-lhes serem aplicáveis por mera transposição, acrescente-se que, na verdade, o problema, do ponto de vista do contexto de construção metafórica, está em que ela, até mesmo por sua condição polissêmica, não pode significar o mesmo em contextos distintos. A distinção a ser observada é lexical, é de método de construção da metáfora, chamando atenção, em última instância, para o particular exercício de construção metodológica específica a cada pesquisa com suas exigências peculiares de investigação. A serem mantidas, apenas algumas condições mais universais do exercício metodológico, por exemplo, a perspectiva da pertinência dos métodos à situação da pesquisa. Dito de forma mais direta, teorias e métodos não podem pretender universalidade – se essa for entendida como significados cristalizados e aplicáveis de modo generalizado – e, por consequência, construções teóricas e metodológicas são tão fugazes quanto as realidades que buscaram heurísticamente desvendar.

2. Comunicação, sociedade e negociações de sentido

A proposta da comunicação como uma metáfora para compreensão do social em suas configurações contemporâneas, por manter como pano de fundo a necessidade de reconhecer as interconexões entre o comunicacional e o social pela perspectiva dialógico-relacional, pressupõe que há entre essas duas instâncias uma permanente negociação de sentidos, portanto, uma tensão jamais superável. A natureza anteriormente aludida de narrativas em construção, tanto dos produtos e processos comunicacionais, quanto do social, convoca novamente o aporte do pensamento de Paul Ricoeur, com o objetivo de melhor delinear o conceito de narrativa que tomamos como fundamentação. Ao discutir os problemas teóricos e metodológicos enfrentados pela literatura e pela historiografia Ricoeur (1994; 1995; 1997)

busca não somente elementos que tipificam e particularizam essas duas formas de produção humana em suas diferenças, mas acentua que há uma dialética que se poderia definir em termos de narrar o mundo pelo prisma da ficcionalidade (campo literário) e pela investigação do real (campo historiográfico) como instâncias que não se opõem, mas que mantêm importantes pontos de contato, o que é particularmente importante para o universo comunicacional, no qual realidade e fantasia estão presentes o tempo todo, não somente nos produtos e processos midiáticos, mas também nas formas de interações comunicacionais não mediadas pelos dispositivos sociotécnicos. Voltaremos a este ponto adiante.

Dos muitos desenvolvimentos teóricos e metodológicos propostos por Paul Ricoeur acerca da narrativa e seus desafios heurísticos reteremos apenas sua proposta da tríplice mimese, à medida que ela, como parte dos desdobramentos das articulações entre tempo e tessitura da intriga, aponta para a natureza da construção narrativa como o enraizamento no campo dos próprios sentidos sobre o homem e seu estar nos mundos físico e social. Não se trata, assim, de preocupações, por exemplo à maneira estruturalista, de buscar modalidades textuais ou estruturas, sejam semânticas, sejam de outra ordem, que pela repetição explicariam os modos de articulação das narrativas, ou seus modelos, como encontramos largamente difundido na noção de gêneros textuais ou narrativos. Pelo viés da tríplice mimese Ricoeur (1994) nos diz que toda narrativa se apresenta a partir de três momentos miméticos, que ele denomina como 1, 2 e 3.

Mimese 1 corresponde ao mundo prefigurado, a tudo aquilo que encontramos como pano de fundo moral, ético, cultural, em suma, o que antecede nossa entrada no mundo e no próprio universo das construções narrativas. Mimese 2 é, simultaneamente, o momento de configuração de uma narrativa específica, a articulação de elementos discordantes, ou a síntese do heterogêneo, e mediadora entre mimese 1 e 3, sendo a última correspondente ao momento de leitura. Como reconfiguração de uma configuração narrativa a partir das condições de prefiguração, mimese 3 não somente situa de forma inequívoca o papel da fruição como operação de leitura que atribui novos sentidos ao que foi narrado – negando qualquer perspectiva imanentista e situando o leitor como ator primordial em todo o processo – como radicaliza a compreensão da dinamicidade dos processos de articulação narrativa. Em síntese, uma narrativa jamais está completa e são problemáticas quaisquer pressuposições de hierarquia entre narrador e leitor, bem como sugestões de sentidos plenos nas narrativas, que

têm na abertura de sentidos sua característica mais importante, ainda que não anulando outras, por exemplo, o fato de que toda narrativa lida com o tempo e com a armação da intriga, portanto, com a disposição de temporalidades distintas – passado, presente e futuro – e com um conjunto heterogêneo, muitas vezes disperso, de acontecimentos e agentes na construção de uma história. Fundamental na leitura ricoeuriana das narrativas é também a dimensão relacional nelas pressupostas, pois resultam sempre de interações entre textualidades e leituras reconfiguradoras de sentidos.

Já indicamos que temos como um dos nossos panos de fundo que tanto o comunicacional quanto o social constituem narrativas cuja leitura está inscrita na lógica da metáfora como parte dos desafios hermenêuticos e da permanente inovação semântica. Em que medida pode ser produtiva a comunicação como metáfora para compreensão do social constitui, doravante, o desafio a ser enfrentado. Em primeiro lugar, o que estamos entendendo por comunicacional aponta, contraditória e dialeticamente, para possibilidades de circunscrição temática, teórica e metodológica, e para o escorregadio, para a necessidade de lidar como as bordas, com a obrigação de reconhecer terrenos não muito seguros. Na proposição de Lluís Duch e Albert Chillón,

Sea como fuere, la noción de “comunicación” resulta, a la vez, sumamente vaga y transversal, y refiere un fenómeno tan difuso que afecta a múltiples vertientes de lo humano y de los enfoques y disciplinas que lo abordan. De esa omnipresencia derivan la fuerza y la flaqueza del vocablo, que a un tiempo designa un “país” más o menos definido —piénsese en la “comunicación de masas” o en la “mediática”, por ejemplo— y también un “continente” sin fronteras. Por nuestra parte, estamos convencidos de que se trata de un territorio fundamental para la comprensión del mundo presente, y de que, al cabo, resulta tan legítimo cultivar una historia, sociología, psicología, economía, filosofía o antropología *de* la comunicación, como explorar la íntima presencia de esta en los predios que tales disciplinas roturan. (DUCH, CHILLÓN, 2014, p. 17, com destaques no original)³

Se a noção de comunicação é difusa, pois tanto designa a condição primordial de comunicabilidade humana em copresença – como a possibilidade contrária de estabelecimento da incomunicabilidade –, quanto a dimensão midiática que tem muitas vezes

³ Em tradução livre: “De qualquer modo, a noção de ‘comunicação’ é, ao mesmo tempo, extremamente vaga e transversal, e refere-se a um fenômeno tão difuso que afeta múltiplas vertentes do humano e dos enfoques e disciplinas que o abordam. Dessa onipresença derivam a força e fraqueza do vocábulo, que a um tempo designa um ‘país’ mais ou menos definido – pense-se na ‘comunicação de massas’ ou na ‘midiática’, por exemplo – e também um ‘continente’ sem fronteiras. Da nossa parte, estamos convencidos de que se trata de um território fundamental para a compreensão do mundo presente, e de que, ao cabo, resulta tão legítimo cultivar uma história, sociologia, psicologia, economia, filosofia ou antropologia *da* comunicação, como explorar a íntima presença da comunicação nos terrenos que tais disciplinas começam a arar.”

eclipsado a primeira noção, recorrer a metáforas como “país” e “continente”, como fazem Lluís Duch e Albert Chillón, aponta para o potencial heurístico do metafórico para superar dificuldades conceituais e metodológicas, na direção das proposições ricoeurianas. Mas queremos ressaltar que é na condição de metáfora para elucidar o social que a comunicação poderá encontrar seu melhor lugar no rol dos esforços das muitas pesquisas que se debruçam sobre a complexidade da organização das sociedades contemporâneas. Desse modo, aproxima-se muito da nossa proposta a perspectiva de que fazer uma sociologia, uma antropologia, uma economia da comunicação, ou quaisquer outros esforços interdisciplinares, não é suficiente como movimento. A inovação semântica está precisamente em introduzir o comunicacional – não somente como prática, mas como um conjunto de teorias e metodologias no seio dessas áreas disciplinares, acrescentando-lhes potencialidades de compreensão do social que encontra claros limites nos estágios atuais de cada uma dessas disciplinas. Os processos comunicacionais não estarão excluídos dessa nova possibilidade de escrutínio do social, mas aparecerão sem os vícios e estereótipos que, segundo a maioria das proposições daquelas disciplinas, orienta o olhar para a comunicação e para o social, não raro, pela visada da negatividade insuperável da comunicação para o conjunto social, especialmente em suas manifestações midiáticas.

Ainda que não fazendo a mesma proposta que aqui desenvolvemos, Eduardo Vizer reconhece na comunicação uma metáfora para a compreensão do social, particularmente como uma espécie de “mapa” que orientaria trajetos pelo campo social, marcado pela condição de permanentes transformações. As potencialidades da comunicação como abertura de novos caminhos para explorar o social estaria na condição de origem – multi e transdisciplinar – dos primeiros estudos da área, em larga medida ainda preservada. Desse modo, segundo o autor, como metáfora a comunicação

Explora relaciones y construcción de significados en forma dinámica, y en campos del conocimiento aún inciertos, con más lagunas que territorio firme. Po eso, la metáfora de la comunicación como un “puente” que une orillas espaciadas parece apropiada. El mensaje – o “el puente” en sí mismo – fue su primera unidad de análisis, pero hoy el mensaje, así como el estudio de los efectos, son una parte del territorio (un inmenso territorio externo e interno al mismo tiempo, constituidos por dominios de tiempos y de espacios aún poco explorados). La comunicación puede ser un “mapa” de la realidad cambiante a estudiar. En la “era de la información”, habitamos en territorios de la comunicación, y esto requiere del desarrollo adecuado de instrumentos tanto teóricos como aplicados. Tanto para comenzar a entender

como para intervenir eficaz pero éticamente en los flujos de información y en la construcción de la cultura. (VIZER, 2006, p. 154, com destaques no original)⁴

A adoção de metáforas territoriais e o reconhecimento da multiplicidade do comunicacional e do social são pontos de contato entre as proposições de Lluís Duch e Albert Chillón e de Eduardo Vizer, além da natureza mutável e imprecisa dessas duas instâncias como dado que acrescenta dificuldades à tarefa investigativa quando da colocação de ambos sob escrutínio. Estudos desenvolvidos em tempos relativamente recentes, a um tempo que as propostas desses autores ora se utilizam de metáforas para alargar a compreensão da comunicação e, por extensão, das suas interconexões com o social, ora acrescentam à própria comunicação a dimensão de metáfora para compreender como nossas sociedades estão contemporaneamente articuladas e em seu seio abrigam a comunicação como fenômeno de amplo alcance. Se podemos reivindicar em nossa proposta um passo adiante relativamente aos autores é que compreendemos a metáfora não como mera figura de linguagem acrescentando questionamentos ou nuances ao complexo jogo comunicação/social, mas como iniciativa de inovação semântica em dupla articulação produtiva: para renovar teórica e metodologicamente os modos de compreensão do universo comunicacional, em suas modalidades mediadas por dispositivos sociotécnicos ou sem a presença deles, e, a partir dessas inovações, como *locus* privilegiado para compreensão do social em suas intrincadas conexões e mutabilidade cada vez mais vertiginosa.

Inscrita no cerne de um duplo desafio, por um lado hermenêutico, implicando os modos como interpretamos e explicamos realidades sob escrutínio, e por outro de inovação semântica, chamando atenção para a necessidade de um exercício permanente de questionamento dos alcances e limites das nossas proposições teóricas e metodológicas, a comunicação como metáfora nos permite o delineamento de um conjunto de questões. Voltamos a destacar que o que apresentamos na sequência não são desenvolvimentos teóricos nem refinamentos metodológicos, mas uma espécie de “programa” para desenvolvimentos

⁴ Em tradução livre: “Explora as relações e construção de sentidos de forma dinâmica, em campos do conhecimento ainda incertos, com mais lacunas do que terra firme. Por isso é que a metáfora da comunicação como uma ‘ponte’ que liga as margens espaçadas parece apropriado. A mensagem - ou ‘a ponte’ em si mesmo - foi a sua primeira unidade de análise, mas, hoje em dia, a mensagem, bem como o estudo dos efeitos, são uma parte do seu território (um imenso território, interno e externo ao mesmo tempo, consistindo de domínios de tempos e espaços ainda pouco explorados). A comunicação pode ser um ‘mapa’ da realidade em mutação a estudar. Na ‘era da informação’, habitamos territórios da comunicação, e isso exige o desenvolvimento adequado tanto dos instrumentos teóricos como aplicados. Tanto para começar a entender a maneira de intervir com eficácia, mas também eticamente em fluxos de informação e na construção da cultura.”

posteriores. Reforce-se ainda que não realizaremos um exercício de levantamento histórico de pesquisas comunicacionais, motivo pelo qual as eventuais referências a teorias e métodos tem como propósito limitar-se a indicar problemáticas já trabalhadas relativamente aos tópicos abordados.

3. À guisa de um programa de pesquisa

1) É preciso considerar que a comunicação nunca foi algo exótico, externo ao social, como muitas formulações teóricas têm sugerido, mas parte constitutiva deste a partir do momento que o ser humano destacou-se das demais espécies animais pelo desenvolvimento por meio da cultura. Já naquele momento inaugural das interações comunicativas lançou-se mão de uma série de mediações, inclusive sociotécnicas, por exemplo, por meio de sinais visuais ou retirando sons de objetos. A partir de meados do século XIX, no entanto, a diversidade de dispositivos sociotécnicos criados para expansão – no tempo e no espaço – das potencialidades comunicacionais humanas gerou uma espécie de mal estar, uma sensação de reino perdido, como se anteriormente os homens jamais tivessem utilizado outros recursos que não somente seu corpo em copresença para as interações comunicacionais. A despeito disso, no entanto, ainda se insiste na comunicação como se fosse algo estranho ao social, que lhe aviltasse, ou que lhe complementasse como um corpo ambíguo, à maneira das próteses macluhanianas.

2) Se há uma marca não negligenciável das sociedades contemporâneas é que, para além das polêmicas em torno das consequências da globalização, naquilo que estão implicados os processos comunicacionais mediados por dispositivos sociotécnicos, em seus mais diversos níveis, estamos vivendo em sociedades cujas marcas culturais são atravessadas e atravessam os múltiplos processos e produtos comunicacionais. A sociotécnica nos inscreve, assim, em uma inegável “era midiática”, a ser ainda melhor escrutinada, como já de tempos tem sido feito com outras de nossas eras, como a medieval e a moderna, por exemplo. Trata-se, no entanto, de um programa de investigação que precisa ultrapassar aquilo que até o momento já se pesquisou e escreveu relativamente aos impactos da comunicação sobre os processos de constituição e ampliação da globalização, com o objetivo de detectar em que medida uma “idade midiática” tem a nos dizer sobre nossa inserção em um mundo que, diferentemente daqueles típicos de outras eras, passa por processos de transformações sociais, culturais,

econômicas, comportamentais, dentre outras variáveis, com uma rapidez que causa vertigens como jamais experimentadas.

3) Como um corolário das duas variáveis anteriores, destaque-se que, embora não se possa cair no erro do “midiacentrismo”, não é possível negar a importância que as mídias, em suas mais diversas modalidades, têm na configuração social e, em contrapartida, como o social é fundamental na configuração do comunicacional. Articulações teóricas e metodológicas importantes no campo das reflexões sobre a dosagem correta de avaliação do papel das mídias nas interações sociais – levando em conta a dialética influenciar/ser influenciado, que também pode ser pensada a partir das múltiplas tensões e negociações de sentido estabelecidas entre as mídias e o conjunto social – encontramos em teorizações sobre as mediações, ou mediações, a depender da abordagem teórica (ver, por exemplo, BRAGA, 2006; FAUSTO NETO, 2008; SODRÉ, 2002) O campo de investigações aberto por essas perspectivas é, no que diz respeito a evitar as armadilhas do “midiacentrismo”, promissor.

4) Sendo as narrativas uma porta de entrada privilegiada para a compreensão do comunicacional e do social – inclusive pela via das metáforas em suas condições aqui delineadas –, é importante frisar que nós as encontramos em suas manifestações “reais” (identificadas sobretudo com programações jornalísticas e documentários) e “ficcionalis” (em largo espectro, que inclui séries televisivas, telenovelas, filmes, obras literárias e uma diversidade de outros produtos) a nos dizer sobre nosso estar no mundo social, com suas disputas de sentido. Se as mídias não nos contam sobre o mundo livre das pregnâncias ideológicas diversas promovidas por seus operadores e fruidores, ao invés de tal fato constituir-se em um desvio, é exatamente essa característica o melhor modo de lidar teórica e metodologicamente com as disputas de sentido que marcam a existência social, aí incluídos jogos de poder e hierarquizações. Se narrar é gesto imperfeito, não há totalidade a ser apreendida, mas fragmentos que deixam ver – ou ocultam – a riqueza e a multiplicidade da vida social. Lidar com narrativas – midiáticas ou não – requer, como consequência, cuidados teóricos e metodológicos que evitem erros como a busca por sentidos imanentes e/ou cristalizados.

5) Em íntima correlação com o tópico anterior, Ricoeur nos diz que mesmo nossas narrativas ficcionais contêm expectativas éticas e morais sobre como deveriam ser os mundos

físicos e sociais que habitamos ou nos quais transitamos. Trata-se de ver nas narrativas ficcionais de forma geral, e não somente nas fábulas e parábolas, indicações, ou mesmo prescrições, a partir da ficção, sobre como deveria ser nosso mundo. Nesse particular obras cinematográficas, televisuais, literárias, dentre outras, constituem um rico campo de pesquisas acerca de como a ficção é rica em pistas para compreendermos muitas das dinâmicas do “mundo real”, com seus desafios cotidianamente colocados. O convite é, por um lado, ao evitamento das visões maniqueístas sobre o ficcional, como se ele fosse portador dos elementos típicos da alienação, do rebaixamento das capacidades cognitivas, da destruição das potencialidades estéticas, dos processos de fuga da realidade e outras mazelas, bem ao gosto de certa visada frankfurtiana que ainda mantém boa dose de apelo. Por outro lado, trata-se de lidar com uma complexa trama teórica e metodológica que inscreve as narrativas midiáticas e em copresença dialeticamente entre o ficcional e o real, tal como encontramos, dentre outros, em estudos de Marcela Farré (2004) e de Thomas G. Pavel (1986). Fabular não é fugir da realidade, mas característica cultural que explica em parte a existência humana em suas infinitas potencialidades de criação de mundos.

6) Evitar as tentações dos “modismos teóricos” e dos receituários metodológicos é outro desafio para lidarmos adequadamente com a comunicação em suas potencialidades metafóricas para compreensão do social. Isso nos alerta para a dinâmica da historicidade, da necessidade de voltar nossos olhares para as conquistas teóricas e metodológicas obtidas, com a acuidade de nelas perceber limites e potencialidades heurísticas. A evitar, portanto, a adesão irrefletida ao que está em voga, particularmente cometendo o erro de abandono do patrimônio explicativo já acumulado como se ele não trouxesse, no mínimo, as pistas sobre as deficiências teóricas e metodológicas que temos como desafio superar. A inovação semântica, como bem lembra Paul Ricoeur, se dá sempre na dialética sedimentação/tradicionalidade em cotejamento com a exploração de novos horizontes de significação e atribuição de sentidos até então não imaginados.

7) Ao mesmo tempo que qualquer ação de compreensão da comunicação como metáfora esclarecedora do social necessariamente tem que manter como pano de fundo a perspectiva relacional, das interações e disputas/negociações de sentido, é fundamental evitar a ingenuidade teórica e o vício metodológico muitas vezes visível em perspectivas marcadas pelo “primado do relacional”. Dito de outra forma, trata-se de evitar aquilo que certos

empreendimentos teóricos e metodológicos sob a égide do relacional tende a plasmar como sendo somente o reino da mútua compreensão o horizonte de finalidades da comunicação, negligenciando os processos que, ao contrário, instauram a impossibilidade do comunicar, do compartilhar, levando aos desentendimentos, às incapacidades de acordos. Como metáfora, a comunicação nos auxilia também a identificar os pontos de tensão, as incompreensões, os conflitos muitas vezes insuperáveis como partes constitutivas das tramas sociais, inclusive gestados a partir dos esforços de entendimento.

8) A tecnologia ligada aos processos comunicacionais, dada sua dimensão sociotécnica, aponta para desafios bastante particulares, o que não é recente, pois desde a invenção da escrita foram postos desafios como a permanência da memória diante do registro que desestimularia ou mesmo atrofiaria as capacidades de retenção do patrimônio cultural da humanidade. O que há de novo contemporaneamente é o acirramento das contradições advindas da sofisticação dos dispositivos sociotécnicos, pois nunca eles se apresentaram tão dialeticamente ricos, a exemplo das modalidades de comunicação associadas à internet, em que os potenciais de democratização da informação e da sua disseminação menos hierarquizada convivem com possibilidades de controle nunca antes experimentados, como bem ilustram episódios de espionagem realizados por governos e corporações empresariais. Além disso, ainda estamos engatinhando na nossa possibilidade de desenvolver capacidades teóricas e metodológicas para a compreensão de fenômenos como *flash mobs* e demais formas de convocação por meios virtuais de manifestações, como aquelas que tipificaram a “primavera árabe”, conjunto de ações que colocaram em xeque governos há décadas pouco incomodados em suas ações, ou as “jornadas de junho/julho”, fenômeno que aglutinou milhares de pessoas em cidades brasileiras em protestos que misturaram reivindicações às vezes difusas com cenas de violência contra patrimônios públicos e particulares, além de agressões físicas a jornalistas, inclusive com incêndios de automóveis de empresas jornalísticas.

9) A comunicação se apresenta, em sua natureza metafórica, não somente para gerações futuras, como para as presentes, como um imenso “depósito arqueológico”. Estudá-lo requer lidar com a lógica do que Michel Foucault (1987; 2000) propõe como uma “arqueologia do saber”, que requer verificar a historicidade dos objetos obtidos pela atividade arqueológica a partir da verificação do que é regular, mas também das irregularidades, do que se apresenta à

primeira vista linear, mas que é constituído também de movimentos espirais. Se o arqueólogo lida quase sempre com fragmentos, com rastros, com documentos muitas vezes incompletos, com testemunhos fragmentados, assim deve proceder o pesquisador atual e do futuro relativamente ao patrimônio comunicacional e suas potencialidades heurísticas para compreensão do social. Como bem sabem, por exemplo, estudiosos do que restou da cultura grega clássica (DOVER, 2007), o trabalho de recuperação é sempre por meio de deduções e induções do que os fragmentos permitem e, conseqüentemente, muito do que seria a cultura grega clássica ou qualquer outra do passado pode ter mais a ver com realidades do presente de quem as descreveu do que propriamente com a dinâmica das vidas estudadas.

10) O uso de metáforas para explicar a comunicação, seus processos e produtos é antigo, da metáfora da “agulha hipodérmica” para explicar dinâmicas de introjeção de conteúdos a noções mais recentes, como as ideias de “redes”, “sistemas”, “intermedialidade”, “ecologia” e tantas outras. O que propomos é que a própria comunicação se apresenta como uma metáfora cujo potencial heurístico seja capaz de lançar luzes sobre as formas contemporâneas de existência do social, em suas articulações que promovem tanto consensos quanto dissensos, aproximações e distanciamentos, compreensões e mal entendidos. Há, desse modo, uma dupla camada metafórica a ser enfrentada teórica e metodologicamente: a da comunicação como metáfora para compreensão do social e das próprias explicações do comunicacional por meio de metáforas diversas.

4. Apontamentos rumo a desenvolvimentos posteriores

Dar um passo adiante no sentido de passarmos de uma sociologia da comunicação ou de uma antropologia da comunicação para uma compreensão do social sociológica e antropologicamente pautados pela comunicação é a sugestão central aqui delineada. A inversão, sempre merecedora de cuidados teóricos e de inovações metodológicas, está em que estamos propondo a sociologia e a antropologia do social a partir dos elementos contemporâneos do que constitui o comunicacional, em suas contradições, regularidades, irregularidades, linearidades e espiralações, e não uma sociologia ou uma antropologia da comunicação em que o social, com maior ou menor ênfase, aparece como determinante. Claro deve estar que a proposta mantém a perspectiva dialógica, de negociações de sentido, pois caso contrário estaríamos mantendo um dos problemas centrais das teorizações que têm

prevalecido, qual seja, ora a da comunicação assujeitada pelo social, ora o assujeitamento inverso. Não se trata de buscar hierarquias ou prevalências de uma sobre o outro, ou vice-versa, mas de reconhecer que o comunicacional está de tal forma emaranhado na constituição da vida social, com crescente importância das mediações sociotécnicas, que faz parte do que poderíamos chamar de uma lógica cultural da nossa existência contemporânea.

Mas a ideia da comunicação como uma metáfora aqui defendida visa também – e este certamente é o elemento mais decisivo – a perspectiva da inovação semântica, que implica a renovação de nossos modos de compreensão do social e do comunicacional a partir de lentes teóricas e metodológicas renovadas, desembaçando visões viciadas. Ao fim e ao cabo o programa de investigação que emerge da comunicação como metáfora para compreensão do social passa pelo desafio ainda não suplantado de construção de aportes teóricos e metodológicos cujo refinamento dê conta daquilo que tem escapado nas investigações em curso sobre dimensões imprescindíveis para explicar nossa realidade multifacetada, escorregadia e, sobretudo, arredia a determinismos, a visões não abertas às contradições e aos movimentos dialéticos de construção e renovação de práticas e processos sociais e comunicacionais. Como a inovação semântica e a sedimentação constituem, dialeticamente, contrafaces de uma mesma moeda o desafio é duplo: manter a perspectiva da historicidade de teorias e métodos de explicação sobre o social e o comunicacional, em movimento que simultaneamente reconheça as limitações heurísticas do que está dado.

Referências

- BRAGA, José Luiz. Sobre mediatização como processo interacional de referência. In: **15º Encontro Anual da Compós, 2006, Bauru/SP. Anais. XV Encontro Anual da Compós – Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, 2006.** v. 1. p. 1-16.
- DOVER, K. J. **A homossexualidade na Grécia antiga.** São Paulo: Editora Nova Alexandria, 2007.
- DUCH, Lluís, CHILIÓN, Albert. **Un ser de mediaciones: antropología de la comunicación,** vol. 1, Preámbulo. Disponível em: http://www.portalcomunicacion.com/download/mediaciones_preambulo.pdf. Consultado em 12/02/2014.
- ECO, Umberto. **Apocalípticos e integrados.** São Paulo: Perspectiva, 1970.
- FARRÉ, Marcela. **El noticiero como mundo posible: estrategias ficcionales em la información audiovisual.** Buenos Aires: La Crujía, 2004.
- FAUSTO NETO, Antônio. Fragmentos de uma analítica da mediatização. In: **Revista Matrizes,** nº 2, Abril, 2008 – pp. 89-105.
- FOUCAULT, Michel. **A arqueologia do saber.** Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1987.

- FOUCAULT, Michel. **Arqueologia das ciências e história dos sistemas de pensamento**. Coleção Ditos e Escritos, vol. II. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2000.
- PAVEL, Thomas G. **Fictional worlds**. Harvard College: 1986.
- RICOEUR, Paul. **Tempo e narrativa**. Tomo I. Campinas: Papyrus, 1994.
- RICOEUR, Paul. **Tempo e narrativa**. Tomo II. Campinas: Papyrus, 1995.
- RICOEUR, Paul. **Tempo e narrativa**. Tomo III. Campinas: Papyrus, 1997.
- RICOEUR, Paul. A metáfora e o problema central da hermenêutica. In: RICOEUR, Paul. **Escritos e conferências 2: hermenêutica**. São Paulo: Edições Loyola, 2011.
- RICOEUR, Paul. **A metáfora viva**. São Paulo: Edições Loyola, 2005.
- SODRÉ, Muniz. **Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede**. Petrópolis: Editora Vozes, 2002.
- TRAQUINA, Nelson. **O estudo do jornalismo no século XX**. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2001.
- VIZER, Eduardo. **La trama (in)visible de La vida social: comunicación, sentido y realidad**. Buenos Aires: La Crujía, 2006.
- WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação**. Lisboa: Editorial Presença, 1994.