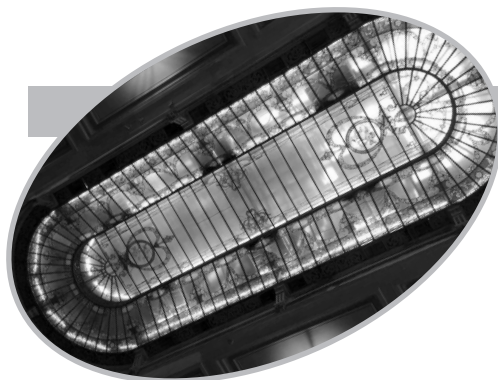


Os nomes na arqueologia da comunicação



Lucrecia D'Alessio Ferrara

*Doutora em Literatura Brasileira pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP)
Docente titular no Programa de Pós-graduação em Comunicação e Semiótica da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP)
E-mail: ld Ferrara@hotmail.com*

Resumo: Este artigo é uma versão revisada da palestra de abertura do Seminário Quinta Essencial, realizado em 2016. O texto discute a questão central do evento, “O que é Comunicação?”, a partir da discussão dos nomes dos conceitos utilizados nos estudos da Área. Dentre as proposições principais está a noção de que o ato de nomear, na Comunicação, em alguns casos se dirige à composição de metáforas para dar impacto a nomes já incorporados como hábitos perceptivos. O texto avança o argumento de que o uso indiscriminado de metáforas deve ser pensado de maneira cuidadosa.

Palavras-chave: Epistemologia, nomes, comunicação, mediação, interação.

Los nombres en la arqueología de la comunicación

Resumen: Este artículo es una versión revisada del discurso de apertura del seminario Quintaesencial, que tuvo lugar en 2016. El texto analiza el la pregunta del Seminario, “¿Qué es la comunicación?”, a partir de la discusión de los nombres de los conceptos utilizados en el área de estudio. Entre las principales propuestas es la noción de que el acto de nombrar, en la Comunicación, en algunos casos se refiere a la composición de metáforas para dar impacto a los nombres ya incorporados como hábitos perceptuales. El texto avanza el argumento de que el uso indiscriminado de metáforas debe ser considerado de manera cuidadosa.

Palabras clave: Epistemología, nombre, comunicación, teoría, mediación, interacción.

Names in communication archeology

Abstract: This article is a revised version of the keynote lecture given at the Quintessential Seminar, in 2016. The paper discusses the question “What is communication?” by discussing the name of the concepts employed in Communication Studies. One of the main propositions is that naming something is not only a way of saying, but, it is the creation of a metaphor able to impact, close to a performance, in something that has been already named – and had been developed into a perception habit. It argues that one must be careful about using metaphors as concepts.

Keywords: Epistemology, naming, communication, theory, mediation, interaction.

“O intelecto é a nossa única avenida de acesso à realidade, e essa única avenida está interdita pela intelectualização do intelecto. Daí o nosso nihilismo”

(Flusser, 1999, p. 59).

A ciência dos conceitos

A obra na qual se colheu a sugestiva epígrafe de Flusser chama-se *A dúvida* e sugere atuação não menos perturbadora e inquieta do que a própria epígrafe. A epígrafe e a obra nos remetem ao domínio da produção de conhecimento e, nele, ao seu arquétipo mais significativo definido como conceito ou paradigma, entendido como clichê de identidade e definidor da autonomia de uma área científica. Quanto mais estáveis e duradouros forem seus paradigmas ou persuasivos seus conceitos, mais pródiga será a eficiência para diversificar, catalogar e classificar, operações entendidas como matrizes da própria ciência em suas operações produtivas. Porém, aquela eficiência é liderada por dois fundamentos decisivos: a clareza e precisão do conceito e o nome persuasivo que o designa.

A clareza depende de um modo de pensar, tanto mais eficiente, quanto melhor se prestar à geração de categorias de análise entendidas como matrizes de regularidade que as aproxima de estruturas modelares; nesse sentido, a arquitetura conceitual da ciência exata é exemplar como capacidade de pensar e têm livre curso em quase todas as modalidades daquela produção científica.

Porém, a sedimentação de um conceito depende de paciente processo histórico e definidos limites geográfico-contextuais para que seja reconhecido como parâmetro de uma área científica, ou seja, um conceito tem

A interação corresponde a uma comunicação sem nomes: difusa e sem planos estabelecidos, é indeterminada enquanto objeto e, mais ainda, enquanto objetivos



sua sobrevida diretamente relacionada ao seu reconhecimento. Para tanto, o nome de um conceito constitui chave mestra para sua codificação científica (Ferrara, 2012).

Os nomes dos conceitos

O nome de um conceito é uma forma de dizer que exige atenta relação designativa a fim de que o nome corresponda ao seu objeto e assuma a dimensão de um conceito. No caso das Ciências Humanas e, entre elas, a comunicação, o objeto científico se apresenta sempre cambiante, em constante movimento e indeterminado, porque sujeito a intenso processo de transformação contextual. Para aquelas ciências, designar, dar nome a um conceito constitui grande dificuldade porque os nomes se apresentam, quase sempre, eufóricos como modos de dizer, mas disfóricos como

capacidade designativa. Ou seja, nas Ciências Humanas, a arte de nomear não supõe apenas um nome próprio que corresponda ao cientista de cujo trabalho teve origem uma descoberta teórica, científico-pragmática ou metodológica, como frequentemente ocorre na área das ciências exatas.

Ao contrário, na Comunicação, a arte de nomear corresponde a um modo inusitado de dizer e criar uma metáfora que seja capaz de produzir um impacto, quase performático, a fim de corresponder a um modo inusitado de nomear um fato que, frequentemente, já se tornou hábito perceptivo. Ou seja, para a Comunicação, a arte de nomear corresponde a um nome inusitado para designar uma realidade já vivida. Desse modo, um nome constitui um reconhecimento, um reconhecer, conhecer outra vez aquela realidade e o nome parece arbitrário em relação ao conceito e, mais do que nomear, atua à maneira de um código.

Metafóricos, os nomes frequentemente operacionalizados na Comunicação são estranhos ao conceito que designam e podem não corresponder ao interesse designativo que os deve acompanhar, porém são numerosos. Em comunicação, como em outras áreas das Ciências Humanas, a vida dos conceitos depende da performance metafórica dos nomes que os designam, ou seja, o nome substitui o próprio conceito que através dele se comunica.

A mediação e seus nomes

Na sua característica nomeativa, muitos são os nomes que designam o caráter transmissivo que constitui o conceito fundamental da comunicação: agulha hipodérmica (Lasswell), duplo fluxo (Lazarsfeld), espectroscópio social (Simmel), feedback (Winner), colégio invisível (escola de Palo Alto), homem unidimensional (Marcuse), indústria cultural (Escola de Frankfurt), o agir comunicativo (Habermas), simulação, dissimulação, simulacro (Baudrillard), o grande

irmão (Vattimo), dromologia (Virilio), tela total (Baudrillard), sociedade do espetáculo (Debord), para citar poucos exemplos.

O emprego desses nomes é suficiente para criar uma atmosfera que se pretende científica, porque os nomes são proclamados publicitariamente e seu emprego pode ser suficiente para designar, de modo aproximado, aquilo que se entende como mediação, transmissão de mensagens entre os homens. O uso do nome define o norte científico, sem nos darmos ao trabalho de saber se é adequado ao objeto em estudo e ao seu domínio contextual. Entretanto, sabe-se que, frequentemente, o uso dos nomes é tão arbitrário como as metáforas que pretendem designar a complexidade de um conceito.

É frequente observar como, por exemplo, no caso de simulação, dissimulação, simulacro, nomes que designam conceitos notáveis de Baudrillard para a arquitetura de uma teoria epistemológica da comunicação, são empregados de modo pouco rigoroso como se fossem sinônimos e correspondessem a análogos sentidos conceituais.

A facilidade com que se aplica nomes à realidade comunicativa é aderente ao próprio conceito que aqueles nomes designam: trata-se do conceito de mediação que, ilustre na sua ancestralidade teórica, utiliza distintos nomes para designar, apenas, aquilo que parece constituir prioridade básica da comunicação: a transmissão da mensagem. Nesse sentido, o uso arbitrário dos nomes é tão ficcional quanto as metáforas que lhes dão origem e publicidade.

● **Mediação e interação**

No polo oposto à mediação, a interação parece exercer uma função especular e no mesmo sentido anteriormente apontado, torna-se sinônimo da mediação e passa a ser usada com análogo sentido transmissivo.

Nos últimos anos, a efervescência tecnológica do ciberespaço e da cibercultura que lhe é consequente insiste em dignificar interação

e/ou interatividade como resultado daquele espaço tecnológico e da cultura que dele decorre. Desse modo, confunde-se comunicação com a tecnologia dos meios que a agenciam, ou seja, diz-se interação ou, sobretudo, interatividade para designar a comunicação que, no território do ciberespaço, corresponde à comunicação agenciada pelos meios digitais: confunde-se comunicação com os meios que lhe dão suporte ou moldura.

Essa confusão faz com que aquela pretensa sinonímia entre mediação e interação seja ainda mais constrangedora, pois não apenas se confunde comunicação e tecnologia, mas sobretudo, mediação instrumental e transmissiva de mensagens com comunicação interativa que, tecnológica ou não, corresponde à capacidade inerente ao homem que, entre as espécies vivas, é o único a viver sua experiência vital definitiva, através da linguagem utilizada para comunicar-se.

A convergência dessas reflexões parece nos induzir à conclusão de que a interação corresponde a uma comunicação sem nomes: difusa e sem planos estabelecidos, é indeterminada enquanto objeto e, mais ainda, enquanto objetivos. Difusa enquanto objeto científico e imprevisível nos seus resultados e objetivos, a interação surge como comunicação sem nomes! Sua emergência corresponde à urgente necessidade de ser comunicativo ao estar em comunicabilidade. Uma comunicação interativa, mas sem nomes!

Onde estão os nomes que correspondem ao conceito de interação? Distinta é sua arqueologia? Deixa rastros, mas não se indicia?

A inquieta emergência dessas questões, encaminha-nos a Walter Benjamin quando, em textos da juventude, já se preparava para definir o que seria a arte que, então como agora, surge sem aura e sob o domínio da reprodutibilidade técnica: “Toda manifestação da vida espiritual humana pode ser concebida como uma espécie de linguagem, e essa concepção leva, em toda a parte, à maneira de verdadeiro método, a novos questionamentos” (Benjamin, 2013, p. 49).

A citação nos ajuda a refletir sobre as questões elencadas no parágrafo anterior. Se toda espécie de linguagem supõe questionamentos “à maneira de verdadeiro método”, em que medida a interação corresponde a um questionamento da linguagem e que método seria esse?

Se entendermos a interação como um questionamento da linguagem, ele não poderá dirigir-se à natureza do verbal, visto que a interação supõe, arqueologicamente, um espaço heterotópico (Foucault, 2013) entre emissor e receptor que, sem serem simétricos são, sobretudo, diferentes e necessariamente inter-agentes na criação comunicativa, ou seja, comunica-se através de todo elemento sensível e físico que se comunica pela própria maneira como se apresenta e se deixa perceber. Interativamente, nos comunicamos, não através de mensagens, mas de maneiras de ser, de configurações semióticas que não coincidem com processos de emissão enunciativos, ao contrário, naquelas configurações, a figura do enunciador se apaga, porque dele não emana a comunicação pois, para ocorrer, ela depende da própria relação sensível e comunicativa que se estabelece. Temos uma enunciação dividida e partilhada entre convivas em comunicabilidade.

Desse modo, a mensagem comunicativa é o próprio modo como os sentidos e o corpo se manifestam comunicativos. Uma estranha

linguagem, sem códigos: antes um biosinterativo do que um biosmiático (Sodré, 2002). Nesse sentido, não cabe confundir a interatividade como os meios ou suportes que sustentam a técnica comunicativa. A comunicação interativa não tem mensagens, mas é construtora de um espaço *entre* que confere, ao gesto comunicativo, amplos recursos de metamorfoses, visto que aquele espaço não é físico ou geográfico, ao contrário, acontece e assinala mudanças contextuais, mas não se fixa, pois é criador de fluxos no espaço.

Se enunciativa, mas sem enunciadores hegemônicos, qual é o método sugerido pela comunicação interativa?

O método a que se refere Benjamin nada estabelece, é tão difuso quanto o objeto científico da interação, ou seja, um antimétodo sem percursos, mas eficiente na capacidade de construir sua trajetividade conduzida pela própria inferência que decorre da reflexão exigida por aquele espaço interativo.

Enquanto exercício, essa atividade epistemológica está diretamente relacionada a diagramas do pensamento que, iconicamente, criam quadros dos processos interativos. Tudo se torna inferência e heurística em uma ciência que se renova a cada movimento que agencie a heterotopia do espaço comunicativo. Nesse caso, a interatividade exige uma indagação não sobre as origens da comunicação, mas sobre a arqueologia dos seus rastros.

(artigo recebido ago.2016/aprovado nov. 2016)

Referências

BENJAMIN, W. Sobre a linguagem em geral e sobre a linguagem do homem. In: BENJAMIN, W; GAGNEBIN, J. M. (Orgs.). **Escritos sobre mito e linguagem**. São Paulo: Editora 34, 2013.
FERRARA, L. D. A produção do conhecimento e as estratégias da inferência científica. In: FERRARA, L. D. (Org.). **Comunicação Mediações Interações**. São Paulo: Paulus, 2015.

FERRARA, L. D. **Os nomes da comunicação**. São Paulo: Annablume, 2012
FLUSSER, V. Do nome. In: FLUSSER, V. (Org.). **A dúvida**. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 1999.
FOUCAULT, M. **Le corps utopiques, les hétérotopies**. Paris: Nouvelles Editions Lignes, 2009.
SODRÉ, M. **Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede**. Petrópolis: Vozes, 2002.