

Trilhas de leitura para a obra de **Ciro Marcondes Filho**: proposta de um roteiro didático de aproximação

*Paths to a reading of **Ciro Marcondes Filho's** works: a didactical approach*

Luís Mauro Sá Martino¹

Doutor em Ciências Sociais pela PUC-SP. Professor do PPG em Comunicação da Faculdade Cásper Líbero.

Ângela Cristina Salgueiro Marques²

Doutora em Comunicação pela Universidade Federal de Minas Gerais. Professora do PPG em Comunicação da Universidade Federal de Minas Gerais.

Resumo

Em mais de 40 anos como professor e pesquisador, **Ciro Marcondes Filho** publicou dezenas de livros sobre comunicação, de trabalhos introdutórios a proposições teóricas avançadas. Este artigo nasce de uma preocupação originária das salas de aula: diante de uma obra desse porte, quais portas de entrada se apresentam? O texto propõe, a partir de uma leitura didática, um roteiro inicial pautado em quatro eixos desenvolvidos em suas obras: (1) estudos sobre mídia, poder e ideologia; (2) estudos de jornalismo (3) a nova teoria da comunicação e (4) livros didáticos e de divulgação. Em vez de uma abordagem estritamente cronológica, entende-se que um aporte temático pode contribuir para um primeiro contato com as ideias de **Marcondes Filho** indicando trilhas de leitura de uma obra multifacetada, em diálogo com vários saberes.

Palavras-chave: teoria da comunicação, **Marcondes Filho**, estudos de jornalismo, estudos de mídia.

Abstract

Throughout about forty years in his career as a teacher and researcher, **Ciro Marcondes Filho** published more than 20 books on communication. How can one approach such a work? This paper proposes a preliminary map to his works, grounded on a didactical reading of his books. It argues that **Marcondes Filho's** research developed in at least four main directions: (1) studies on media, power and ideology; (2) journalism studies; (3) the new communication theory and (4) textbooks and popular science books. Instead of a strictly chronological approach, a subject-based approach might help those who would like to have a first contact with **Marcondes Filho's** works – not as a system, but as a multi-layered contribution to communication research.

Keywords: communication theory, **Marcondes Filho**, journalism studies, media studies.

1. Introdução

Este texto nasce de um problema prático, compartilhado nas disciplinas teóricas dos cursos de Comunicação:

¹ Professor do PPG em Comunicação da Faculdade Cásper Líbero. Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-5099-1741> Lattes: <http://lattes.cnpq.br/0251927939615742>. E-mail: luizcmartino@gmail.com

² Professora do PPG em Comunicação da Universidade Federal de Minas Gerais. Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-2253-0374> Lattes: <http://lattes.cnpq.br/5038152185134297>. E-mail: angelasalgueiro@gmail.com

como apresentar uma obra para estudantes de graduação ou pesquisadores de Iniciação Científica? De que maneira trazer as nuances de um pensamento para o espaço limitado da sala de aula ou de reuniões de orientação? No horizonte, dois riscos: de um lado, a supersimplificação, reduzindo as ideias a um conjunto de esquemas ou fórmulas; de outro, aumentar involuntariamente a complexidade das ideias ao buscar relacioná-las com exemplos ou outras teorias.

Ao longo dos anos, nessas situações práticas, nos vimos diante do desafio de apresentar autoras e autores

brasileiros sobre os quais existem poucas obras introdutórias ou nenhuma: ao que tudo indica, se temos uma longa tradição de sistematização, interpretação, apropriação e comentários críticos à produção estrangeira, autoras e autores nacionais, mesmo com décadas de atividade, raramente ultrapassam a citação episódica (França e Prado, 2013; Martino, 2020).

O resultado dessas buscas, nas quais o epistemológico e o pedagógico se entrelaçam, foi a criação de trilhas de leitura, indicando algumas entradas possíveis para uma obra no sentido de provocar outras leituras (Claro, Mota e Martino, 2018; Amá *et alii*, 2018).

Este texto apresenta uma proposta de leitura didática da obra de *Ciro Marcondes Filho* pautada em quatro eixos: (1) estudos sobre mídia, poder e ideologia; (2) estudos de jornalismo (3) a nova teoria da comunicação e (4) livros didáticos e de divulgação. Em vez de uma abordagem estritamente cronológica, entende-se que o aporte temático, não cronológico, pode contribuir para um primeiro contato com as ideias do autor em suas várias vertentes.

O método utilizado foi a pesquisa bibliográfica, restringindo a análise aos livros – artigos e apresentações de trabalhos, por razões de espaço, não foram incluídos. Esse recorte é necessário para a aproximação com uma obra desenvolvida ao longo de mais de 40 anos, ramificada também em artigos, apresentações de trabalhos em eventos e vídeos em plataformas *online*. Informações contextuais, seja sobre o campo acadêmico, a biografia do autor ou o momento histórico, foram reduzidas ao mínimo. Deixam-se de lado, por esse recorte, os instigantes debates produzidos por suas ideias, expressos em vários artigos e comentários de *Marcondes Filho* e outras autoras e autores.

Sem termos sido alunos ou orientandos de *Ciro Marcondes Filho*, a única pretensão de proximidade com sua obra que podemos apresentar é aquela de leitores e interlocutores ocasionais em eventos. É dessa maneira, e não como intérpretes ou críticos, que apresentamos a proposta de uma leitura didática de sua obra na indicação de trilhas para esse conjunto heterogêneo, mas não disperso, de produção.

O aspecto didático deste texto busca, de certa maneira, ir também ao encontro de perspectivas do autor: *Ciro Marcondes Filho* sempre demonstrou uma cuidadosa preocupação com o ensino da comunicação e a divulgação de suas ideias para públicos acadêmicos mais amplos.

2. Entre comunicação e ciências sociais

O discurso sufocado, de 1982, resultado de sua tese de doutorado na Alemanha, relata e analisa as experiências

de comunicação alternativa, principalmente popular e proletária, em diferentes contextos históricos, procurando pontos em comum e examinando suas condições de viabilidade histórica. Como o título do livro antecipa, trata-se fundamentalmente de discursos historicamente marginalizados, “sufocados”, diante do predomínio de outros, vinculados diretamente às formas econômicas e políticas responsáveis pela manutenção dos modos de pensar e ser vigentes.

As possibilidades de uma comunicação não alinhada a esse modelo aparecem em determinados momentos históricos com bastante força: nos casos analisados, trata-se da República de Weimar, o governo de Salvador Allende no Chile, nos anos 1960, as manifestações na Itália no mesmo período e alguns episódios dos movimentos estudantis e sociais dos anos 1960-1970.

A proliferação e o desenvolvimento de formas alternativas de comunicação, vinculadas a classes sociais subalternizadas, marginalizadas ou apartadas dos centros de poder, aparecem em momentos específicos de crise do modelo vigente como ações associadas a um contrapoder, focalizado na divulgação de ideias como prelúdio à transformação social. A própria presença desses discursos no espaço público é entendida como um modo de agir: em esferas públicas dominadas pela presença dos meios de comunicação, com a predominância de um certo discurso, a entrada de novos modos de pensar se apresenta como uma atitude política gestada na possibilidade de mudança.

No entanto, o estudo mostra como essas ações se chocam contra uma rápida reorganização das formas institucionalizadas de poder, que, disputando a mesma arena discursiva criada pelas mídias, contam com um aparato político e econômico consideravelmente mais desenvolvido. Os casos analisados mostram um cenário negativo: os discursos de mobilização das classes subalternizadas conseguem se estabelecer temporariamente como alternativa a um discurso dominante em crise, mas não se sustentam diante de um poder hegemônico: esse “discurso sufocado”, no entanto, confere sua marca a um tempo ou lugar.

Se sua presença não é garantia de mudança, apresenta-se como uma possibilidade de desestabilização dos modelos hegemônicos, mostrando modos alternativos de pensar e outras concepções de vida que encontram uma ressonância, ainda que momentânea, no âmbito da sociedade. A preocupação de *Marcondes* (1982, p. 16) é “recuperar as formas historicamente desenvolvidas da expressão e manifestação pública proletárias e sua adequação às necessidades presentes do movimento de transformação social”.

O sucesso dos discursos dominantes não pode ser justificado apenas pelo amparo institucional, político e econômico, indica Marcondes Filho. Trata-se de um processo mais profundo, no qual a disputa não é pela reivindicação de mudanças superficiais nos processos políticos e econômicos, mas de uma questão ligada à *ideologia*.

Dentro de uma matriz ideológica, os acontecimentos são compreendidos tanto em termos de uma gênese mitificada (uma “origem”) quanto de uma teleologia inevitável (um “destino”) para o qual a “História”, pensada em termos lineares e não dialéticos, se dirige. Evita-se, dessa maneira, qualquer tipo de contradição em relação aos agentes históricos, vistos como peças dentro de uma concepção mais ampla: a teleologia se apresenta como justificativa da situação, ao mesmo tempo que a gênese transforma o arbitrário em algo dado. Daí a força das formações ideológicas ligadas a um determinado discurso para a eliminação – o “sufocar” – de outros: evita-se, dessa maneira, uma visão particularista dos elementos da estrutura econômica ou da superestrutura como “causa”, mas, dentro de uma perspectiva dialética, observa-se um movimento entrelaçado tanto das formas econômicas quanto dos discursos políticos, sobretudo mediados, no sentido de apresentar no espaço público uma determinada concepção – um discurso hegemônico e pronto para, ao menor sinal de fissura, trabalhar em sua reelaboração ancorada na conquista, ou reconquista, do apoio do público.

A perspectiva dinâmica do conflito e a recusa à compreensão unilateral ou reducionista dos processos históricos permitem situar a mídia no contexto mais amplo da sociedade, entendida como parte de uma configuração histórica e social de maior porte, bem como de formações ideológicas mais profundas. A mídia é parte da constituição de uma hegemonia, mas está longe de se apresentar como única responsável. Esse deslocamento permite também uma reavaliação do lugar ocupado pelo público: longe de ser “manipulado” pelos meios de comunicação, apresenta-se como um agente social imbricado no tecido das elaborações hegemônicas, mas também nas formas de resistência e mobilização. Essa premissa se desenvolve no trabalho seguinte, *Quem manipula quem?*, publicado pela Vozes em 1985.

Essa coletânea de artigos representa ao mesmo tempo uma síntese e desenvolvimento de *O discurso sufocado*, tanto em termos teóricos quanto em relação aos objetos de análise. O livro vai desde ensaios conceituais densos, como “Ideologias são as práticas cotidianas”, até decifrações do cotidiano, em um capítulo chamado “Shopping Center, o LSD da classe média”, e a retomada de questões relacionadas ao lugar do público no processo de comunicação. A diversidade dos temas encerra uma série de

características comuns, sobretudo na abordagem da relação entre os meios de comunicação e a sociedade, trabalhada a partir do conceito de ideologia.

Se, em *O discurso sufocado*, Marcondes Filho já apontava para uma revisão de qualquer modelo teórico de “manipulação” ou “influência” que reduzisse o processo aos itens “mídia” e “público”, tomados isoladamente, em *Quem manipula quem?* essa perspectiva alcança uma dimensão mais radical e dialética, ressaltando a autonomia do público em relação à mídia, ao mesmo tempo que coloca a ambos dentro de um quadro mais amplo de referências tornadas partes de um agir prático no cotidiano – a ideologia.

Daí a pergunta do título, “quem manipula quem?”, deslocar o foco de análise não em relação a uma autonomia imediata do sujeito receptor, mas pensando nas formações históricas nas quais mídia e público estão inseridos: no lugar do conceito de “manipulação”, reaparece a perspectiva de um modo de produção que se desdobra no aspecto econômico, adaptado (e adaptável) aos cenários desenhados pelos meios técnicos em sua vinculação com as categorias econômicas e políticas.

De certa maneira, *O discurso sufocado* e *Quem manipula quem?* poderiam ser entendidos como as principais incursões “sociológicas” do autor, no sentido de compreender os meios de comunicação a partir de suas relações com a sociedade em perspectiva histórica e dialética, com base em uma análise documental, no primeiro caso, e na análise de casos, no segundo. A pergunta “quem manipula quem?”, segundo Marcondes Filho (1986, p. 27), se justifica

pelo fato de que existe, também a partir das bases, dos grupos populares, das grandes massas da população (sejam elas caracterizáveis como classe dominada, subalterna, oprimida, operária ou proletária) também um movimento de reação, uma resposta, um comportamento real, uma “participação” no processo.

O objeto de estudo, nessas obras, é a “mídia”, de uma maneira geral, com referências ao cinema, rádio, jornais e televisão. O universo de seus entrelaçamentos simbólicos ultrapassa os “meios” propriamente ditos e seus elementos estão em circulação pelas demais instâncias da sociedade. Essa circulação depende das condições econômicas e sociais de produção em um momento histórico que permite e facilita esse processo: se tanto a imagem da televisão quanto o *shopping center* são espaços de construção de um simulacro da realidade, é porque são manifestações de uma produção de sentidos ligada a aspectos mais densos e profundos das dinâmicas e contradições do social.

Nos anos seguintes o autor não vai retornar a essas análises do lugar da mídia em geral, concentrando sua análise em um dos principais fenômenos ao qual dedicará uma série de trabalhos: o jornalismo.

2.1. Teoria do jornalismo

Outro grupo de obras é dirigido aos estudos de jornalismo. O deslocamento do objeto de estudos, da “mídia” para o jornalismo, não implica um abandono das categorias e perspectivas teóricas anteriores: há uma proposta de pensar as práticas jornalísticas dentro de um quadro de referências no qual as condições de produção da notícia se destacam a maior parte do tempo. Se há um modo de produção capitalista presidindo, em determinado nível, as práticas jornalísticas, resta saber de que maneira isso se relaciona com as práticas de criação da notícia, resultado desse processo.

Afinal, não basta atribuir uma dimensão econômica e social a um produto sem pensar a especificidade de suas condições de produção: ressaltar a vinculação do jornalismo a um modo de produção, em si, não explica as questões de texto, apuração, escrita e edição a partir das quais aparece um produto chamado “notícia”. Constatar a existência de uma infraestrutura econômica de produção, por si só, não explica as dinâmicas da redação, as “condições e contradições” da prática (Ribeiro, 1994).

Uma teoria da notícia não pode ser desvinculada de um estudo da prática jornalística; sua compreensão, ao mesmo tempo, demanda um recuo temporal no sentido de compreender essas condições de emergência da prática, a partir das quais o presente pode ser visto em perspectiva histórica, como resultado de contradições ainda não superadas, das quais emerge um cenário no qual a notícia é, ao mesmo tempo, produto e produção – em sua materialidade, no primeiro caso, na elaboração de sentidos tecidos a respeito do cotidiano, no segundo.

Esse é um dos pontos de destaque de *O capital da notícia*, obra mais ampla e mais densa do autor sobre o tema. Situada no final dos anos 1980, o livro parece destacar mais ainda a importância de pensar alternativas, dentro do que estava acontecendo, em relação ao cenário que se desenhava: compreender o jornalismo, naquele contexto, não significava se apegar aos “fatos”, pois o objetivo não era o entendimento do relato, mas pensar as condições de sua elaboração.

O título do livro ressalta a vinculação com as categorias econômicas: trata-se do capital entendido como modo de produção a partir do qual emerge, em determinadas condições, um produto específico chamado “notícia”,

guiada por toda uma gramática de criação ligada às práticas jornalísticas.

As notícias são vistas como sendo produzidas em um complexo aparato industrial que acompanha não apenas as demandas do próprio jornalismo, mas também as transformações nas relações econômicas. *O capital da notícia* recupera esse percurso histórico, situando o jornalismo como produto da modernidade, enquanto forma técnica, e do capitalismo tornado hegemônico. Os aspectos econômicos e políticos desse modo de produção estão presentes na materialidade das formas de elaboração do jornalismo – “um jornal de oposição”, explica Marcondes Filho (1989, p. 143), “que procure quebrar com o esquema de mercantilização das notícias e seu consumo passivo não poderia, então, prescindir de capital”. A intervenção política aberta acontece quando formas alternativas ao econômico parecem emergir com alguma força no cenário.

O centro do estudo é a mercadoria final, a notícia, vista em sua complexidade derivada das contradições entre aquilo que se propõe a ser – em linhas gerais, ser um relato fiel da realidade – e suas condições de possibilidade para isso. A fragmentação da notícia, sua falta de vinculação ou contextualização, o predomínio da produção de pequeno porte em detrimento da grande reportagem ou de narrativas mais amplas são situadas, no livro, não como características de um “jornalismo” que existiria isolado, fechado em seu próprio campo de atuação.

Ao contrário, trata-se de uma manifestação delineada das características de um modo de produção que separa o produtor do produto e, mais ainda, da perspectiva final de sua atividade. Trata-se de um produto adequado às formas esperadas de um tipo de consumo igualmente tornado possível a partir da emergência de um público fragmentado, acelerado e disposto a apreender rapidamente uma informação necessária ou “útil” apenas em um instante: à fragmentação da informação jornalística corresponde um público também desagregado, atomizado em relação às demandas de um social que desaparece frente a um crescente individualismo.

Dois outros livros exploram o universo jornalístico, mas de maneira diferente de *O capital da notícia*: *Jornalismo fin-de-siècle* e *Comunicação e Jornalismo: a saga dos cães perdidos* apresentam uma abordagem ensaística, com textos menores e, em certa medida, ligados às transformações da profissão.

Dividido em duas partes, *Jornalismo fin-de-siècle* aponta para uma série de impasses do jornalismo que, vindos de décadas anteriores, pareciam ficar mais acirrados no início dos anos 1990. O “fim de século” do título remete às transformações em grande escala que desestabilizavam aquele momento, não apenas com o fim da União Soviética, mas também em relação às novas configurações

do cotidiano, marcado, já naquele momento, por uma presença cada vez maior da tecnologia – panorama que se intensificaria nos anos seguintes.

Essas características mostram a necessidade de ver a imprensa não mais sob uma ótica romântica, ou de sua antítese complementar, positivista, mas situando-a diante dessa transformação. A alternativa passava por abandonar qualquer perspectiva idealista ou romântica em relação ao jornalismo, sua relação com o poder e a política, mas pensá-lo como atividade social concreta, de alcance definido, a partir do qual é possível observar de frente as contradições da prática e buscar sua superação.

Seis anos separam esse livro da publicação, em 2000, de *Comunicação e Jornalismo: a saga dos cães perdidos*, mas as transformações no ambiente comunicacional foram consideráveis: a liberação comercial da Internet desenha, a partir de 1995, um cenário radicalmente novo. Os jornalistas, diante disso, procuravam se posicionar diante da quebra de um monopólio secular de transmissão de informações, vendo-se diante de uma concorrência inesperada e potencial; a migração de muitos profissionais para os então recém-criados sites de notícias e as novas maneiras de integrar informações colocavam em questão as formas consagradas de produção jornalística: pauta, apuração, redação e publicação e suas ressonâncias políticas, bem como o aporte publicitário, eram desafiados pelo novo ambiente.

Esses escritos serão reunidos e acrescidos de alguns estudos complementares, cerca de uma década mais tarde, nos dois volumes de *Ser jornalista* (Paulus, 2009).

Depois de *Comunicação e Jornalismo: a saga dos cães perdidos*, Ciro Marcondes Filho não voltará ao tema senão de maneira episódica. Sua orientação de pesquisa se direcionava para um projeto que ocuparia seus próximos anos de trabalho e já estava em pleno desenvolvimento: a reconstrução de uma genealogia do saber comunicacional na elaboração de uma nova teoria da comunicação.

2.2. A Nova Teoria da Comunicação

Quem se aventura pelos caminhos da teoria da comunicação proposta por Ciro Marcondes Filho vai se deparar com um conjunto de mais de 1.200 páginas divididas em sete volumes, além de estudos prévios e complementares. Publicados pela Editora Paulus ao longo de nove anos, entre 2004 e 2013, esses livros são uma exposição completa e sistemática da Nova Teoria da Comunicação.

Em termos formais, os livros utilizam uma estratégia pouco usual: em quase todos os capítulos, após uma

exposição, há uma seção intitulada “detalhamentos”, nos quais conceitos ou frases são expandidos e comentados – são como grandes notas de rodapé, apresentando as fontes e algumas de suas conexões.

A esse conjunto somam-se quatro outros trabalhos, além de artigos apresentados em eventos e publicados em revistas acadêmicas. A primeira exposição da Nova Teoria da Comunicação foi *O espelho e a máscara*, publicado em 2002 pela Editora Unijuí, expandido e reelaborado posteriormente nos volumes mencionados; *Das coisas que nos fazem pensar*, discussão das críticas e comentários sobre a Nova Teoria, e duas introduções à própria obra, *Até que ponto, de fato, nos comunicamos?*, de 2004, e *Para entender a comunicação*, de 2008.

Além desses dois, o primeiro volume da Nova Teoria da Comunicação, intitulado *O rosto e a máscara*, também apresenta um caráter introdutório, embora já um pouco mais denso. Leitoras e leitores familiarizados com o básico da obra de Ciro Marcondes Filho podem encontrar uma apresentação mais completa – e complexa – de seus conceitos em *O conceito de comunicação e a epistemologia metapórica*, último tomo do terceiro volume. Essas indicações, evidentemente, estão ligadas à proposta didática deste artigo: nada substitui a leitura da obra completa.

A aproximação inicial com a Nova Teoria da Comunicação pode ser feita a partir desses livros. O autor começa abrindo caminho entre as noções e usos mais comuns da palavra: falamos de comunicação como sendo a transmissão de algo de uma pessoa para outra, ou como sinônimo de “informação”. Comunicar, no senso comum, é levar uma informação, transferir dados – daí se falar em “meios de comunicação” ou “comunicação” entre máquinas ou lugares.

À primeira vista, nesse sentido, vivemos em uma sociedade pautada pela comunicação. As notícias, a publicidade, as infinitas postagens em redes sociais, *selfies*, os grupos e aplicativos de conversa, as telas que nos cercam e para as quais olhamos indefinidamente: diante desse cenário, seria muito difícil negar que estamos em um permanente fluxo de comunicação.

Mas, como diz o título do livro, até que ponto, de fato, isso é comunicação? A produção infinita de mensagens não seria uma tentativa desesperada de estabelecer contato num mundo no qual as pessoas estão cada vez mais isoladas em um individualismo resultante das demandas de produção? Como o autor questiona, dizer que estamos nos comunicando o tempo todo nas redes digitais não seria uma ilusão criada para alimentar o autoengano de que estamos juntos, quando na verdade, há muito tempo, não temos nada mais em comum?

Comunicação, no sentido convencional (passar, transmitir, transferir), não existe. Nada que está dentro de mim pode ser transferido a outro: nem sentimentos, nem ideias, nem afetos, nem vivências [...]. Portanto, comunicação de algo, no sentido transitivo indireto do verbo, é uma ilusão (Marcondes Filho, 2018, p. 75).

A comunicação, para ele, existe quando algo novo aparece na pessoa a partir de sua relação com outra coisa – outra pessoa, uma situação ou uma mensagem. É uma experiência subjetiva, mais próxima da sensação do que da racionalidade. Ela acontece no encontro, como momento de transformação no sujeito, que se torna outro, diferente de si mesmo, a partir da comunicação.

Trata-se de algo raro, imprevisível, que emerge independentemente de preparação, vontade ou controle, ligado à abertura de alguém para a alteridade com a qual se comunica. Essa abertura depende da sensibilidade do sujeito – “sensibilidade”, do grego *aesthesis*, o que torna a comunicação também uma experiência estética da alteridade.

Mais do que a arte, a comunicação realiza-se no plano da interação entre duas pessoas, nos diálogos coletivos onde esse novo tem chance de aparecer, onde o acontecimento provoca o pensamento, força-o, onde a incomunicabilidade é trincada e criam-se espaços de interpenetração (Marcondes Filho, 2010, p. 23).

Não pode ser planejada, prevista ou estimulada simplesmente porque, como fenômeno, e não como objeto, ela acontece – daí, em algumas ocasiões, o autor se referir à sua teoria como “Teoria do Acontecimento Comunicacional”, termo mais específico do que “Nova Teoria da Comunicação”.

O acontecimento comunicacional existe a partir de um encontro com uma alteridade que nos desloca. Daí, explica Marcondes Filho (2010, p. 92), “o caráter contingente, permanentemente transitório do acontecimento comunicacional”. Nesse momento, estamos em contato com o outro, mas também conosco: essa ligação, esporádica, frágil e rara, acontece em um intervalo de tempo, tem uma duração – daí a ideia de uma “razão durante”, aquilo que acontece durante o contato com essa alteridade.

Essa perspectiva provoca um deslocamento no sentido comum da palavra: a comunicação não seria uma “coisa” a ser passada de uma pessoa para outra, ou o resultado de qualquer relação. Não é possível prever ou planejar os efeitos no sujeito. Igualmente, não se trata de entendê-la apenas como compartilhamento ou relação,

mas possibilidade de um acontecimento no qual algo novo emerge no sujeito. E rompe com a ideia de “comunicação” como sinônimo de “mídia”: o meio é importante, mas não equivale ao fenômeno comunicacional: qualquer mídia, dos movimentos do corpo aos ambientes digitais, pode levar ao acontecimento comunicacional, mas não há relação de causa e efeito entre ambos.

Mas como estudar esse fenômeno? Como ter acesso ao que emergiu de novo em uma pessoa? À primeira vista, o acontecimento comunicacional – paradoxalmente – não poderia ser comunicado, na medida em que só existe no sujeito. A resposta, desenvolvida em pesquisas posteriores por Marcondes Filho, é o “metáporo” – do grego “poros”, “abertura”, como as da pele. Um “meta-poro” seria uma atenção dada pelo próprio sujeito à comunicação que acontece. Como a comunicação acontece na pessoa, somente ela pode expressar essa experiência – desde que, metodologicamente, preste atenção para narrá-la da maneira mais precisa e completa possível.

O relato metapórico, nesse sentido, é o método para pesquisar o acontecimento comunicacional – na visão de Marcondes Filho (2018, p. 13), trata-se da abertura para entender a comunicação como o algo novo que acontece no sujeito: “A caracterização do fato comunicacional deriva de sua identificação como fenômeno ou acontecimento, ocorrência eventual quando um fato, uma obra ou uma situação levam a eventos notáveis para aquele ou aquela que deles participa.”

Isso não significa que a comunicação precise ocorrer exatamente nesse momento: ao contrário, ela pode demorar. Para citar um exemplo do autor, um filme pode “comunicar” algum tempo depois da pessoa ter saído da sala de cinema, quando então a comunicação acontece – Marcondes Filho denomina isso de “tempo de incubação” da comunicação, com duração muito variável.

Essas ideias, apresentadas aqui de maneira panorâmica, são formuladas a partir de uma detalhada leitura da filosofia ocidental nos volumes dedicados ao tema. Não se trata, no entanto, de uma abordagem filosófica da comunicação; antes, seria possível dizer, jogando com as palavras, que se trata de uma leitura comunicacional da filosofia, destacando os aspectos do acontecimento comunicacional.

2.3. Derivações da Nova Teoria

Há alguns desdobramentos da Nova Teoria da Comunicação que podem ser destacados por sua contribuição específica. *Das coisas que nos fazem pensar* apresenta as respostas às críticas e comentários recebidos a partir de debates realizados com colegas da área. Trata-se de uma experiência de diálogo, no qual é possível ver o

desenvolvimento de uma ideia “ao vivo”, no contato com a comunidade acadêmica. *Homem e mulher: uma comunicação impossível?* trata das relações de gênero em perspectiva comunicacional, destacando os pontos de contato, bem como as diferenças, suas origens e repercussões históricas e sociais. A pergunta da obra é em que medida pode existir a comunicação na diferença, e quais seriam as estratégias ou possibilidades disso, em um diálogo cerrado com a filosofia.

O questionamento das relações entre mídia e comunicação nos ambientes digitais ocupa outros três livros, desenvolvidos paralelamente à Nova Teoria: *Cenários do Novo Mundo*, de 1998, *Superciber: a civilização místico-tecnológica do século 21*, de 2009, e *Fascinação e miséria da comunicação na cibercultura*, em 2012. O tom dos livros é de crítica à euforia e ao otimismo de alguns discursos que viam a Internet como espaço democrático de conhecimento e lugar privilegiado da comunicação. Marcondes Filho destaca os laços econômicos e políticos da tecnologia, e questiona até que ponto a comunicação é possível nesse ambiente.

2.4. Didáticos e paradidáticos

A produção de Ciro Marcondes Filho é marcada também pela elaboração de obras didáticas, destinadas ao ensino médio, no esforço de produção de um discurso voltado para um ensino crítico e problematizador, que, se muda em estilo, não faz concessões à simplificação.

De seu primeiro período, contemporâneos a *O discurso sufocado* e em *O capital da notícia*, mostram a preocupação do autor com a mídia e suas relações com a sociedade para além da “manipulação”. A sucessão de títulos indica essa perspectiva: *Ideologia*, na Editora

Global, em 1985, *Violência política*, na coleção “Polêmicas”, da Editora Moderna, em 1987, *Sociedade tecnológica e Televisão*, ambos de 1994, na “Pontos de Apoio”, da Scipione.

Essa preocupação na apresentação de suas ideias se prolonga também nos escritos sobre a Nova Teoria, no mencionado *Para entender a comunicação* (Paulus, 2008). Duas obras, um pouco mais distantes, mas ancoradas nos mesmos princípios, são dirigidas ao grande público: *O pulsar da vida* e *Perca tempo: é no lento que a vida acontece*, publicadas pela Paulus, reafirmam a intenção de levar a pesquisa para além da universidade, articulando seus pressupostos com o cotidiano. Finalmente, *Teorias da Comunicação, hoje* (Paulus, 2016) destaca abordagens da comunicação menos comuns nos livros da área, em uma perspectiva que se direciona também para o entendimento da “Nova Teoria da Comunicação”.

3. Considerações finais

Existem várias possibilidades de abordagem de uma obra produzida ao longo de mais de 40 anos de pesquisas. Se uma perspectiva cronológica poderia ser um ponto seguro, ancorado na linearidade do tempo, por outro lado implica um risco de transpor essa mesma linearidade para o pensamento do autor. No caso de Marcondes Filho, embora existam núcleos comuns que permitiriam uma divisão em dois momentos (Ciências Sociais e Jornalismo, de 1982 a 2000; Nova Teoria da Comunicação, de 2002 a 2019), isso deixaria de lado desenvolvimentos, acréscimos e revisões de sua obra elaborada ao longo dos anos, bem como sua produção didática. Por isso, no sentido da leitura didática proposta neste texto, é possível olhar sua obra a partir de alguns eixos temáticos:

Quadro 01: Proposta de leitura da obra de *Ciro Marcondes Filho*

1. Comunicação e Ciências Sociais	<i>O discurso sufocado</i> (Loyola, 1982) <i>Quem manipula quem?</i> (Vozes, 1986) <i>A produção social da loucura</i> (Paulus, 2003)
2. Teoria do jornalismo	<i>O capital da notícia</i> (Ática, 1986) <i>Jornalismo fin-de-siècle</i> (Scritta, 1993) <i>A saga dos cães perdidos</i> (Hacker, 2000) <i>Ser jornalista I</i> (Paulus, 2009) <i>Ser jornalista II</i> (Paulus, 2009)
3. Nova Teoria da Comunicação	<i>O espelho e a máscara</i> (Unijuí, 2002) <i>Até que ponto, de fato, nos comunicamos?</i> (Paulus, 2004) <i>O rosto e a máquina. Nova Teoria da Comunicação I</i> (Paulus, 2013) <i>O escavador de silêncios. Nova Teoria da Comunicação II</i> (Paulus, 2004) Nova Teoria da Comunicação III. O Princípio da Razão Durante: 1. <i>Comunicação para os antigos, a fenomenologia e o bergsonismo</i> (Paulus, 2010) 2. <i>Da Escola de Frankfurt à crítica alemã contemporânea</i> (Paulus, 2011) 3. <i>O círculo cibernético: o observador e a subjetividade</i> (Paulus, 2011) 4. <i>Diálogo, poder e interfaces sociais da comunicação</i> (Paulus, 2011) 5. <i>O conceito de comunicação e a epistemologia metapórica</i> (Paulus, 2010)
4. Derivações da Nova Teoria	<i>Cenários do Novo Mundo</i> (Edições NTC, 1998) <i>Superciber: a civilização místico-tecnológica do século 21</i> (Paulus, 2009) <i>Homem e mulher: uma comunicação impossível?</i> (Annablume, 2009) <i>Das coisas que nos fazem pensar</i> (Ideias & Letras, 2012) <i>Fascinação e miséria da comunicação na cibercultura</i> (Sulina, 2012)
5. Didáticos	<i>Ideologia</i> (Global, 1985) <i>Violência das massas no Brasil</i> (Global, 1986) <i>Violência política</i> (Moderna, 1986) <i>Televisão, a vida pelo vídeo</i> (Moderna, 1988) <i>Televisão</i> (Scipione, 1994) <i>Sociedade tecnológica</i> (Scipione, 1994) <i>Para entender a comunicação</i> (Paulus, 2008) <i>O pulsar da vida</i> (Paulus, 2008) <i>Perca tempo: é no lento que a vida acontece</i> (Paulus, 2005) <i>Teorias da Comunicação, hoje</i> (Paulus, 2016)

Fonte: Elaborado pelos autores.

Certamente não é este o lugar de imaginar as derivações futuras, bem como os tensionamentos críticos e desenvolvimentos elaborados. A proposta é pensar nas possibilidades de aproximação com uma obra que, em suas características, se destaca na produção brasileira sobre Comunicação – como um convite, inclusive, à problematização da própria área. “Comunicação”, diz Marcondes Filho (2018, p. 81) em sua última obra, “é o encontro do Mesmo com o Outro e o Infinito”.

Referências

- AMÁ, Vitória *et alli*. 2018. Iniciação científica e epistemologia da comunicação. *Observatório*, 4(6):1-15, out-dez.
- CLARO, Alana; MOTA, Stéffanie M.; MARTINO, Luís M. S. 2018. Acontecimento, dispositivo e ação: leituras epistemológicas de Marcondes, Braga e Ferrara. In: M. MATTOS (org.), *Metapesquisa*. Porto Alegre, Sulina, p. 362-376.
- FRANÇA, Vera R. V.; PRADO, José L. A. 2013. Comunicação como campo de cruzamentos, entre as estatísticas e o universal vazio. *Questões Transversais*, 2(1):1-15.

- MARQUES, Angela C. S.; MARTINO, Luís M. S. 2018. Duas perguntas à Teoria do Acontecimento Comunicacional. In: D. NAVES; M. LIESEN (org.), *Para comunicar o incomum*. São Paulo, Paulus, p. 43-63.
- MARTINO, Luís M. S. 2020. A materialidade dos usos da teoria. In: 43°. INTERCOM. *Anais...* Salvador, UFBA, 01 a 10 de dezembro de 2020.
- RIBEIRO, Jorge C. 1994. *Sempre alerta*. São Paulo, Brasiliense.
- Obras de Ciro Marcondes Filho consultadas:**
- O discurso sufocado*. São Paulo, Loyola, 1982.
- Ideologia*. São Paulo, Global, 1985.
- Quem manipula quem?* Petrópolis, Vozes, 1986.
- O capital da notícia*. São Paulo, Ática, 1986.
- Violência das massas no Brasil*. São Paulo, Global, 1986.
- Violência política*. São Paulo, Moderna, 1986.
- Televisão, a vida pelo vídeo*. São Paulo, Moderna, 1988.
- Jornalismo fin-de-siècle*. São Paulo, Scritta, 1993.
- Televisão*. São Paulo, Scipione, 1994.
- Sociedade tecnológica*. São Paulo, Scipione, 1994.
- Cenários do Novo Mundo*. São Paulo, Edições NTC, 1998.
- A saga dos cães perdidos*. São Paulo, Hacker, 2000.
- O espelho e a máscara*. Ijuí, Unijuí, 2002.
- A produção social da loucura*. São Paulo, Paulus, 2003.
- Até que ponto, de fato, nos comunicamos?* São Paulo, Paulus, 2004.
- O escavador de silêncios*. São Paulo, Paulus, 2004.
- Perca tempo: é no lento que a vida acontece*. São Paulo, Paulus, 2005.
- Para entender a comunicação*. São Paulo, Paulus, 2008.
- O pulsar da vida*. São Paulo, Paulus, 2008.
- Ser jornalista I*. São Paulo, Paulus, 2009.
- Ser jornalista II*. São Paulo, Paulus, 2009.
- Superciber: a civilização místico-tecnológica do século 21*. São Paulo, Paulus, 2009.
- Comunicação para os antigos, a fenomenologia e o bergsonismo*. São Paulo, Paulus, 2010.
- Homem e mulher: uma comunicação impossível?* São Paulo, Annablume, 2010.
- O conceito de comunicação e a epistemologia metapórica*. São Paulo, Paulus, 2010.
- Da Escola de Frankfurt à crítica alemã contemporânea*. São Paulo, Paulus, 2011.
- O círculo cibernético: o observador e a subjetividade*. São Paulo, Paulus, 2011.
- Diálogo, poder e interfaces sociais da comunicação*. São Paulo, Paulus, 2011.
- Fascinação e miséria da comunicação na cibercultura*. Porto Alegre, Sulina, 2012.
- Das coisas que nos fazem pensar*. São Paulo, Ideias & Letras, 2012.
- O rosto e a máquina*. São Paulo, Paulus, 2013.
- Teorias da Comunicação, hoje*. São Paulo, Paulus, 2016.
- Comunicologia ou Mediologia?* São Paulo, Paulus, 2018.

Artigo submetido em 08-04-2021

Aceito em 17-10-2021