



FILOSOFIA E COMUNICAÇÃO

André Dornelles Pares

Graduado em Jornalismo (Unisinos) e Licenciatura em Filosofia (UFRGS). Graduando em Bacharelado em Filosofia (UFRGS) e mestrando em Comunicação Social (Unisinos).
adpare@gmail.com

Resumo: A proposta do artigo origina-se da constatação de que vivemos em um tempo (talvez já quase um século) no qual o termo 'comunicação' se tornou importante. Sua importância se dá principalmente na recorrência com que vem sendo usado nessa época. Sabe-se que um termo utilizado em grande escala alarga, pelo próprio uso, a abrangência do seu significado até o ponto em que possa se tornar genérico. Sob a palavra 'comunicação', hoje, podemos estar dizendo algumas coisas diferentes, ainda que de mesma natureza. Em determinadas ocasiões, nem mesmo o contexto pode servir como definidor do seu significado. No âmbito acadêmico dos estudos de comunicação, por exemplo, a palavra 'comunicação' tanto pode estar ainda se referindo a uma conversa face a face, como propriamente aos meios de comunicação. Se são de mesma natureza, então, a aposta é a de que os princípios do primeiro caso são imprescindíveis para entender o segundo: sem averiguar as possibilidades de comunicação humana, não há como entender os processos detonados pelos meios de comunicação social.

Duas vertentes aparecem para o desenvolvimento dessa questão posta preliminarmente como um problema de subentendimento sob uma nomenclatura. A primeira, a que traz este problema de definição para o âmbito da filosofia, no qual se espera ter as ferramentas propícias para a atividade de conceitualização. Nesta vertente, se procura assegurar uma base conceitual que suporte o uso do termo 'comunicação', principalmente em três pontos: a natureza do fenômeno, o que ele pode abranger, e que esfera de conhecimento sobre o homem e suas ações pode alcançar. A proposta, para isso, seria definir o termo tão utilizado pelos contemporâneos estudiosos de 'comunicação' à luz de algumas teorias clássicas do conhecimento.

Quando um teórico contemporâneo da 'comunicação' como Verón, por exemplo, define os meios de comunicação a partir de duas características básicas (1997) – eletro-tecnologia e acesso plural – temos a corroboração do termo '*mídia*' na discussão, que aparentemente nada mais seria do que um nome dado os meios eletro-tecnológicos de comunicação de massa. Um recurso para ir ao fundamento desta expressão seria, por exemplo, confrontá-la com a tese cartesiana de que *sentir*, (nele próprio), nada seria senão *pensar* (1641). A junção de duas idéias aparentemente disparas – 'midiatização' (a comunicação feita através dos meios eletro-tecnológicos de comunicação de massa) e 'pensar como sentir' (um fundamento da teoria do conhecimento cartesiana) – pode ser sintetizada quando Augé questiona "o que acontece quando as condições de

simbolização se transformam?" (1989). Ao refletir sobre a incidência das novas tecnologias a serviço dos meios de comunicação de massa, e os processos de construção de sentido que proporcionam, o autor está propondo uma atualização daquilo que Descartes chamava de pensar, em contato com o que a 'mídia' oferece aos nossos sentidos.

No encontro da teoria das possibilidades humanas de conhecimento via sentidos de percepção com a comunicação via mídia, encaminha-se a segunda vertente da questão. Quando Tiburi, em artigo intitulado 'Filosofia e Mídia' (2007), situa a filosofia (na tarefa de fundamentar a relação entre o eu e o outro) no mesmo lugar da comunicação, propõe uma diferença essencial entre 'comunicação' e 'mídia'. Tratar-se-ia do que Rodrigues chamaria de uma autonomização do campo da mídia (1999). Isto é, a 'comunicação' aí produzida não se restringiria mais à idéia de mera transmissão. Ao se transformar, então, numa matriz de acontecimentos, que antes teria por definição (apenas) a representação de outros acontecimentos, exigiria agora *outra* atitude do nosso sentir (entendido como pensar). O caso, posto desde a Escola de Frankfurt, e agora trazido sob o termo 'Midiatização' é saber o quanto nosso sentir, como pensar, está ciente disso.

Palavras-chave: comunicação, midiaturização, sentidos

Referências

- ADORNO, Theodor Wiesengrund. HORKHEIMER, Max. *Dialética do esclarecimento: fragmentos filosóficos*. 2. ed. Rio de Janeiro: J. Zahar, 1986.
- AUGÉ, Marc. *A guerra dos sonhos: exercícios de etnoficção*. Barcelona: Gedisa, 1998. (Travessia do século)
- BERGER, Peter L., LUCKMANN, Thomas. *A construção social da realidade: tratado de sociologia do conhecimento*. 26.ed. Petrópolis: Vozes, 2006.
- DESCARTES, René. *Discurso do método; As paixões da alma; Meditações*. São Paulo: Nova Cultural, 1999. (Os pensadores)
- FAUTO NETO, Antônio. *Midiaturização: prática social – prática de sentido*. Paper. Seminário Mediaturização. Bogotá, 2006.
- LOCKE, John. *Ensaio acerca do entendimento humano*. São Paulo: Nova Cultural, 1988. (Os pensadores)
- RODRIGUES, Adriano. *Experiência, modernidade, e campo dos média*. In: www.bocc.ubi.pt
- RÜDIGER, Francisco Ricardo de Macedo. *Theodor Adorno e a crítica à indústria cultural: comunicação e teoria crítica da sociedade*. 3. ed. rev. e ampl. Porto Alegre: Edipucrs, 2004. 288 p. (Coleção comunicação; 19)
- VERÓN, Eliseo. *Esquema para el análisis de la mediaturización*. In: Diálogos, nr. 48, Lima: Fefafaces, 1997
- TIBURI, Márcia. Filosofia e Mídia. In: Sardi, S.; Gonzaga de Souza; D.; Carbonara, V. Filosofia e Sociedade. Ijuí; Editora Unijuí, 2007.

