

## Parte III – Conclusões

# A comunicação social como invenção, tentativa e experiência

André Dornelles Pares

SciELO Books / SciELO Livros / SciELO Libros

PARES, A.D. A comunicação social como invenção, tentativa e experiência. In: BRAGA, J.L., RABELO, L., MACHADO, M., ZUCOLO, R., BENEVIDES, P., XAVIER, M.P., CALAZANS, R., CASALI, C., MELO, P.R., MEDEIROS, A.L., KLEIN, E., and PARES, A.D. *Matrizes interacionais: a comunicação constrói a sociedade* [online]. Campina Grande: EDUEPB, 2017, pp. 409-414. Paradigmas da Comunicação collection. ISBN: 978-85-7879-572-6.  
<https://doi.org/10.7476/9788578795726.0016>.



All the contents of this work, except where otherwise noted, is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International license](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Todo o conteúdo deste trabalho, exceto quando houver ressalva, é publicado sob a licença [Creative Commons Atribuição 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Todo el contenido de esta obra, excepto donde se indique lo contrario, está bajo licencia de la licencia [Creative Commons Reconocimiento 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

# A comunicação social como invenção, tentativa e experiência

*André Dornelles Pares*

## **1. Ao vivo, o processo comunicacional**

Acabo de chegar do almoço. Nesse par de horas, conversei e fui alvo de conversas tergiversas; obedeci à sinalização de trânsito diretamente e através de ações de terceiros; escolhi o local do almoço pelo contexto da placa que o anunciava, em ajustes com minhas companhias; li jornal impresso, escutei e formulei comentários a partir do publicado nele misturando interpretações de outros estímulos que trouxe ao entrar em contato com seu texto; interagi com o garçom por gestos já há tempo estabelecidos, inferidos por ele a ponto de vir me atender; e, entre outros episódios de interação, fui alvo de transmissão televisiva simultaneamente a um grupo de colegas, tendo esta gerado reações diversas em diferentes graus de intensidade, que impulsionaram, com durabilidade variável e atravessada de sua mensagem posta em circulação, desde o envio de códigos por aplicativo de trocas instantâneas de mensagens via aparelho multifuncional, até inferências provocadas em seguintes processos de interações nos quais se envolveram essas pessoas depois do almoço, entre outras possibilidades infinitas de circuitos de interações – que provavelmente tiveram outras motivações, e foram atravessadas por códigos inerentes a cada novo episódio

de tentativa de estabelecer comunicação, tendo gerado (mais ou menos) inferências em diferentes graus de pertinência ao dispositivo comunicacional em que cada um estivesse participando.

Como no meu caso, que me inseri num dispositivo de comunicação “conversa conjugal domiciliar” no qual lancei mão de códigos, que naquele contexto julguei os mais compreensíveis, para expressar minha constatação sobre a pertinência da teoria, ainda que intermediária, da comunicação entendida através de uma aposta – em processo de pesquisa – de que ela, a comunicação social, ocorra em dispositivos interacionais e circuitos de circulação. Constatação que tive advinda de minha experiência empírica preparada pelo conhecimento em andamento dessa teoria e pela reflexão ao vivo e reiterada sobre ela, justamente pela profundidade de seu impacto em mim.

Essa teoria, em forma de heurística, ora apresentada como parte do pensamento comunicacional de Braga, faz com que se passe a sentir o cotidiano de maneira a descrevê-lo no formato acima. Ou seja, a comunicação social entendida dentro do âmbito da ideia de, ou propriamente como, ‘interação’ – que habita há um tempo a perspectiva braguiana – já coloca o fenômeno comunicacional muito perto, se não dentro, de nossas ações mais corriqueiras. Nessa perspectiva, entende-se de início que não há privilégio aos meios, à tecnologia, à linguagem, ao produto no entendimento científico da comunicação social: segundo Braga, o que interessa são os *processos* engendrados em *interações* sociais entendidas sob a ótica comunicacional.

## **2. Para encontrar a comunicação na interação: uma heurística como método**

O ponto que aparece crucial, assim, seria o desafio de descobrir *de que modo estes processos interacionais ocorrem, a ponto de podermos identificá-los como comunicacionais*. Para enfrentar esse

problema, Braga oferece como método uma investigação “descritiva e inferencial” “sobre toda uma diversidade de processos sociais segundo *uma perspectiva comunicacional*” (grifei). Esta maneira de ação, com enfoque na busca de “perguntas e ângulos de observação que se apresentem como mais próximos de preocupações comunicacionais” favoreceria “o desentranhamento de um conhecimento propriamente comunicacional”.

Note-se que para a investigação – que acontece fazendo-se *descrições e inferências* de processos sociais (de interação) – se dar “segundo uma perspectiva comunicacional”, são necessárias “perguntas e ângulos de observação”, o mais próximo possível de “preocupações comunicacionais”. Nesse caso, de início, valeria perguntar: já não seria preciso ter de antemão alguma ideia do que seja o ‘comunicacional’, para que as perguntas e ângulos assim o sejam e permitam enxergar no, e/ou extrair do, processo social uma “perspectiva comunicacional”?

A esse possível problema, Braga diz que será preciso “organizar um conjunto articulado de ângulos e perguntas que favoreçam uma aproximação compreensiva de diferentes situações sociais com um ‘*olhar comunicacional*’” (grifei). Novamente, contudo, sente-se que viceja, de algum modo, uma proto-ideia, que seja, de entendimento, suspeita, ou hipótese do que seja o comunicacional, a ponto de se poder identificar, *no ângulo* de aproximação ou *na pergunta* que faria aparecer o comunicacional, já um “olhar comunicacional”.

É provável que a resposta de Braga, aí, seja a de que podemos “hipotetizar ângulos de observação e perguntas para obter, tentativamente, uma compreensão do processo observado”. Isto é, deve haver, antes de fazer perguntas e/ou apontar ângulos (mais ou menos focados), um cuidadoso trabalho ainda de construir, elaborar, criar *estas* perguntas, com *tais* características que seriam capazes de desentranhar, dos processos sociais, *o comunicacional*. De todo o

modo, não deixa de persistir uma questão, agora em relação a tais características das perguntas e ângulos de observação: quais características são estas, que permitiriam tocar, fazer ver, trazer à tona o que seria entendido como comunicacional? Ou, afinal – ou por princípio! – o que é o comunicacional?, uma vez que ele aparece já ‘instalado’ quando se faz a pergunta que procura identificá-lo.

O texto braguiano diz que as respostas obtidas *destas* perguntas permitiriam comparar as situações sociais investigadas “em sua diversidade, pela angulação comum”. Ou seja, feitas as mesmas perguntas para uma diversidade de processos, se teria a possibilidade de agrupar as situações sociais por indícios encontrados através de um exame que busca *o comunicacional*. Ainda assim, se vale insistir em direção a um ponto zero da definição, fica a sensação de que ‘o comunicacional’ ainda tem um momento em que é *plantado* no processo que o procura descobrir; seja quando aparece como a perspectiva buscada, seja quando surge na característica aproximada pela pergunta que o busca, seja quando brota num conjunto de processos averiguados (justamente *naquela perspectiva* e através *daquelas perguntas*).

Neste momento, vale retomar então esta escalada de busca do comunicacional através do método oferecido por Braga, fazendo um refinamento das perguntas de aproximação ao processo investigado. Partindo do entendimento de que há um marco inicial – ao admitir-se que é nos processos sociais de interação que se dá o que se entenderá como comunicacional – poder-se-ia traduzir o movimento de busca de identificação do comunicacional em, pelo menos, três perguntas: (i) O que se está fazendo é apontar, *em* algo (processo social de interação), aquilo que se quer ver (processo comunicacional)? (ii) O que se está fazendo é apontar *para* algo (processo social de interação), *de modo a descobrir* aquilo que se imagina (características, traços que identifiquem o processo

comunicacional)? e (iii) O que se está fazendo é apontar *para* algo (processo social de interação), *de modo a testar* aquilo que se hipotetiza (que possa caracterizar traços que identifiquem tais processos como comunicacionais)?

Provavelmente corresponda ao modelo contido nessa última pergunta aquilo que Braga chama de “tática de aproximação”, assumida como sua heurística. Esse movimento seria entendido como uma “tentativa de compreender processos para os quais *não temos nenhum algoritmo assegurado*” (grifei). Com estes dados, nesse momento poder-se-ia tomar a via de desconfiar que, metodologicamente, uma ‘heurística’ como método (tentativa de compreender processos...) se coloque como um *deus ex machina* metodológico no processo de identificação, descoberta, definição do comunicacional. Pelo fato do algoritmo ser entendido como uma estrutura rigorosa que controla processos que só existem em função dele, a sua ausência é uma brecha, para lá, dentro da interação, ou bem encontrar alguma coisa (mutante, inclusive), ou bem jogar alguma coisa (que seja permanente, ou inconstante, ou ao sabor do interesse de quem a coloca, e mais uma infinidade de características possíveis). Isto é, o recurso heurístico permitiria arremessar lá para dentro do processo social de interação algo que o valha (como processo comunicacional). Um dos riscos a se correr, admitindo-se essa perspectiva de entendimento da heurística, é que o processo heurístico de busca vale enquanto valer: encontrar lá o comunicacional.

A questão talvez (ainda) seja: como – sob quais critérios e parâmetros – saberíamos que aquilo que aparece é “comunicacional”?

Se uma possibilidade, como já mencionado, é criar “boas perguntas”, elas seriam feitas para aquilo que já estaria identificado como comunicacional. Essa identificação poderia ser dada em duas leituras. Uma, institucionalmente: está seguro o campo da comunicação, tanto o da prática profissional como – e é o caso aqui – o da

pesquisa científico-acadêmica. A outra identificação, epistemológica, é que não estaria assegurada – ou esta pesquisa não precisaria estar sendo feita. O caso é que a heurística como método para encontrar o comunicacional tem suas idiossincrasias. Ao ser arremessada a característica lá dentro do processo social de interação, na falta do algoritmo-referência, ela perguntaria para justificar uma resposta que estaria mais ou menos suspeitada de antemão – ainda que não concretizada. E o perigo aí é se aproximar de uma ontologia da comunicação desejando fazer justamente uma sociologia do conhecimento da comunicação. Afinal, foram eleitas pesquisas variadas para que, na atenta pesquisa sobre o que elas fazem, se encontre, extraídas delas, o comunicacional.

Mas já teria sido identificado o que é comunicação, para saber o que é o comunicacional, e dele poder inferir algo?