



Revista Internacional de Folkcomunicação

ISSN: 1807-4960

revistafolkcom@uepg.br

Universidade Estadual de Ponta Grossa

Brasil

Iuama, Tadeu Rodrigues; Miklos, Jorge
Da economia dos sinais para a ecologia da comunicação: O imaginário
como possível catalisador para uma mudança de perspectiva¹
Revista Internacional de Folkcomunicação, vol. 17, núm. 39, 2019, Julio-, pp. 36-53
Universidade Estadual de Ponta Grossa
Ponta Grossa, Brasil

DOI: <https://doi.org/10.5212/RIF.v.17.i39.0003>

Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=631766515004>

- [Cómo citar el artículo](#)
- [Número completo](#)
- [Más información del artículo](#)
- [Página de la revista en redalyc.org](#)

redalyc.org

Sistema de Información Científica Redalyc

Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso
abierto

Da economia dos sinais para a ecologia da comunicação: O imaginário como possível catalisador para uma mudança de perspectiva¹

*Tadeu Rodrigues Luama²
Jorge Miklos³*

Submetido em: 04/09/2019

Aceito em: 10/11/2019

RESUMO

Propomos, nessa pesquisa bibliográfica de caráter ensaístico, colocar em diálogo duas tentativas diferentes de explicar o mundo: a noção de paradigma, segundo Kuhn, e as funções mitológicas, de acordo com Campbell. A intenção é mostrar que as diferentes lentes que usamos para enxergar o mundo compõem diferentes mundos. Destarte, buscamos mostrar duas perspectivas comunicacionais: a economia dos sinais de Pross e a ecologia da comunicação de Romano. Consideramos, com nossas reflexões tributárias da complexidade de Morin, o papel do Imaginário (a partir de Morin) e da Comunicação, na partilha – característica apontada por Kuhn como necessária para a instituição tanto de um paradigma quanto de uma comunidade – de uma mudança de perspectiva.

PALAVRAS-CHAVE

Comunicação; Imaginário; Epistemologia; Complexidade; Ecologia da comunicação.

From the sign's economy to communication's ecology: The imaginary as possible catalyst for a perspective's change

¹ O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001. Uma versão anterior desse trabalho foi apresentada durante o VI Seminário Internacional de Comunicação e Cultura (ComCult).

² Doutorando em Comunicação pela Universidade Paulista – UNIP. Mestre em Comunicação e Cultura e Bacharel em Administração pela Universidade de Sorocaba – UNISO. Membro dos Grupos de Pesquisa Mídia e Imaginário (UNIP) e Narrativas Midiáticas (UNISO). O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001. E-mail: tadeu.rodrigues@edu.uniso.br.

³ Doutor em Comunicação e Semiótica pela PUC-SP. Docente do PPGCOM da UNIP. E-mail: jorgemiklos@gmail.com.

ABSTRACT

We propose, in this essayistic bibliographical research, to put into dialogue two different attempts to explain the world: the notion of paradigm, according to Kuhn, and the mythological functions, according to Campbell. The intention is to show that the different lenses we use to see the world make up different worlds. Thus, we seek to show two communication perspectives: the sign's economy of Pross and the communication's ecology of Romano. We consider, with our reflections tributary to the complexity of Morin, the role of the Imaginary (from Morin) and Communication, in the sharing - Kuhn points out as necessary characteristic for the institution of both a paradigm and a community - of a change of perspective.

KEYWORDS

Communication; Imaginary; Epistemology; Complexity; Communication's Ecology.

De la economía de los signos a la ecología de la comunicación: El imaginario como un posible catalizador para un cambio de perspectiva

RESUMEN

Proponemos, en esta investigación bibliográfica ensayística, dialogar dos intentos diferentes para explicar el mundo: la noción de paradigma, según Kuhn, y las funciones mitológicas, según Campbell. La intención es mostrar que las diferentes lentes que usamos para ver el mundo forman mundos diferentes. Por lo tanto, buscamos mostrar dos perspectivas comunicacionales: la economía de los signos de Pross y la ecología de la comunicación de Romano. Consideramos, con nuestras reflexiones tributarias sobre la complejidad de Morin, el papel de Imaginario (de Morin) y Communication, en el intercambio, una característica que Kuhn señaló como necesaria para la institución de un paradigma y una comunidad, de un cambio de perspectiva.

PALABRAS CLAVE

Comunicación; Imaginario; Epistemología; Complejidad; Ecología de la comunicación.

Introdução: Sobre paradigmas, mitos e epistemologias

“A ciência não corresponde a um mundo a descrever. Ela corresponde a um mundo a criar” (Bachelard)

A realidade é incomensurável. Contudo, é da *húbris*⁴ humana tentar abarcar a complexidade do mundo em explicações totalizantes. Tais explicações comumente são dadas por meio de lentes metafóricas com as quais se olha para essa incomensurabilidade da realidade. Dispersas pelo espaço e pelo tempo, várias tentativas de explicações podem ser encontradas, sob diversos nomes. O presente estudo visa discorrer sobre essa questão, para então apresentar duas diferentes perspectivas sobre a Comunicação, e o papel do Imaginário no que tange uma possível mudança de pontos de vista. Para nos auxiliar metodologicamente na execução do objetivo proposto, utilizamo-nos de uma pesquisa bibliográfica, e empregamos o ensaio como maneira de explicitar nossos achados (KÜNSCH; CARRARA, 2012).

Usamos a metáfora da lente para designar os enquadramentos utilizados para definir a realidade. Contudo, os termos que têm sido utilizados no decorrer da história são outros. Paradigma é um dos mais recorrentes. O físico Thomas Kuhn figura entre os autores notáveis que se debruçaram sobre a questão. Vemos, com o autor, o caminho que o levou ao tema:

Fiquei especialmente impressionado com o número e a extensão dos desacordos expressos existentes entre os cientistas sociais no que diz respeito à natureza dos métodos e problemas científicos legítimos. Tanto a História como meus conhecimentos fizeram-me duvidar de que os praticantes das ciências naturais possuam respostas mais firmes ou mais permanentes para tais questões do que seus colegas das ciências sociais. E contudo, de algum modo, a prática da Astronomia, da Física, da Química ou da Biologia normalmente não evocam as controvérsias sobre fundamentos que atualmente parecem endêmicas entre, por exemplo, psicólogos ou sociólogos. A tentativa de descobrir a fonte dessa diferença levou-me ao reconhecimento do papel desempenhado na pesquisa científica por aquilo que, desde então, chamo de “paradigmas”. Considero “paradigmas” as realizações científicas universalmente reconhecidas que, durante algum tempo, fornecem problemas e soluções modelares para uma comunidade de praticantes de uma ciência. (KUHN, 1998, p. 13).

O questionamento de Kuhn, conforme explicitado, é sobretudo sobre o fazer científico, focado na discussão da legitimidade de métodos e problemas. Pensamos, a partir do autor, para além das preocupações metodológicas. O *paradigma* kuhniano também formataria uma perspectiva específica da realidade, uma vez que é o discurso científico que pauta nossa visão de mundo desde o *Aufklärung* (esclarecimento) iluminista, celebrante da racionalização.

⁴ Termo helênico que remete ao descomedimento.

Ressaltamos a polissemia empregada ao conceito de paradigma no decorrer da obra de Kuhn, e resumimo-nos somente aos aspectos sociológicos do emprego do termo. Nesse sentido, observamos que paradigma “indica toda a constelação de crenças, valores, técnicas, etc... partilhadas pelos membros de uma comunidade determinada” (KUHN, 1998, p. 218), ou ainda que “um paradigma é aquilo que os membros de uma comunidade partilham e, inversamente, uma comunidade científica consiste em homens que partilham de um paradigma” (KUHN, 1998, p. 219).

Aqui, evidenciamos a pertinência ao se pensar na relação entre o paradigma e a Comunicação: se a existência de um paradigma e, recursivamente, de uma comunidade, dependem da partilha, entendemos haver uma urgência em pensar nos aspectos comunicacionais implicados nessa partilha.

Kuhn debruçou-se sob a comunidade científica, especificamente. Reconhecemos que é o papel do cientista revelar a realidade. E evidenciamos o uso proposital do termo *revelar*, pois ao mesmo tempo em que a Ciência desvela a realidade ao *decodificar* seus fenômenos, insere um novo véu, ao *codificar* seus achados numa estrutura específica, por vezes hermética. Contudo, se hoje esse papel é predominantemente desempenhado pelo cientista, nem sempre o foi. No passado, era o mistagogo⁵ quem desempenhava esse mesmo papel, uma vez que cabia ao mito revelar a realidade. Destarte, consideramos essencial trazer à baila as funções do mito, para além do senso comum de que são meras fabulações de uma mentalidade por vezes dita como primitiva. Joseph Campbell, erudito que se debruçou sobre o estudo da mitologia comparada, aponta para quatro funções da mitologia.

A primeira delas “pode ser descrita como a reconciliação da consciência com as precondições da própria existência” (CAMPBELL, 2001, p. 139), denominada função *mística ou metafísica*. Cabe à mitologia, nesse aspecto, explicar a relação (seja ela de aceitação, negação ou aceitação condicional, de acordo com Campbell) entre os processos biológicos, físicos e químicos da existência humana e as posteriores abstrações racionais de nossa consciência (do ponto de vista arqueológico, uma aquisição recente dos humanos).

A segunda função visa “formular e transmitir uma imagem do universo” (CAMPBELL, 2001, p. 141), chamada de função *cosmológica*. Busca, assim, ordenar os fenômenos e entes

⁵ Aqui, fazemos uso do termo helênico que designava o *condutor de mistérios*. Para outras sociedades, outros termos se fizeram (e se fazem) presentes.

num enquadramento onde fique explícita a noção de unidade entre eles. Campbell aponta tal função como paralela à Ciência.

A terceira função, *sociológica*, procura “validar e manter alguma ordem social específica, endossando seu código moral como uma construção além da crítica ou emenda humana” (CAMPBELL, 2001, p. 141). Não poderíamos nem sequer tentar dar uma explicação melhor sobre essa função do que a que foi dada por Max Weber (2004) que, ao debruçar-se sobre o processo de desencantamento do mundo, demonstra com profundidade o quanto essa função do mito exacerbou-se com a substituição da magia pela ética.

Por último, Campbell (2001, p. 141-142) destaca que:

A quarta, na raiz dessas três, sua base e suporte final, é a função psicológica, a saber, moldar os indivíduos conforme os objetivos e ideias dos diversos grupos sociais, sustentando-os desde o nascimento até a morte, por todo o curso da vida humana. E se as ordens cosmológica e sociológica variam muito através dos séculos e em diversos setores do Planeta, certos problemas psicológicos irreduzíveis, inerentes a própria biologia de nossa espécie, permanecem constantes e, com isso, a tendência a controlar e estruturar os mitos e ritos ao seu serviço é tanta que, a despeito de todas as diferenças já reconhecidas, analisadas e forçadas por sociólogos e historiadores, os mitos de toda a humanidade apresentam os traços comuns de uma única sinfonia da alma.

Observamos ainda que o próprio pensamento humano apresenta idiosincrasias quando dialogamos o paradigma com o mito. Se, ao falar de paradigmas, fazemo-nos valer de um raciocínio científico, quando falamos do mito recorremos à imaginação simbólica, conforme definida por Gilbert Durand (1995). Em contraponto ao raciocínio científico, disjuntivo, a imaginação simbólica lida de maneira integrativa com a ambiguidade inerente ao símbolo, ao mesmo tempo preciso e figurado. A integração das ambiguidades simbólicas se daria em quatro setores, de acordo com Durand (1995, p. 97-98):

Primeiro, e na sua determinação imediata, na sua espontaneidade, o símbolo surge como restabelecedor do *equilíbrio vital* comprometido pela inteligência da morte; depois, pedagogicamente, o símbolo é utilizado para o restabelecimento do *equilíbrio psicossocial*: em seguida, se examinarmos o problema da simbólica em geral, apercebemo-nos que a simbólica estabelece, através da negação da assimilação racista da espécie humana a uma pura animalidade, ainda que racional, um *equilíbrio antropológico* que constitui o humanismo ou o ecumenismo da alma humana. Por fim, depois de ter instaurado a vida face à morte, o bom-senso do equilíbrio face ao desregulamento psicossocial, depois de ter verificado a grande catolicidade dos mitos e dos poemas e ter instaurado

o homem como *homo symbolicus*, o símbolo erige finalmente, face à entropia positiva do universo, o domínio do *valor supremo* e equilibra o universo que passa, por um Ser que não passa, ao qual pertence a eterna Infância, a eterna aurora, e desemboca então numa *teofania*.

Nossa intenção, ao dialogar Kuhn com Campbell e Durand, é a de convidar à reflexão de que as funções míticas e as funções simbólicas poderiam ser aplicadas também à hoje predominante visão científica, entendida por meio dos paradigmas. Destarte, um determinado paradigma científico poderia ancorar-se na Química e na Biologia para desempenhar a *função mística ou metafísica* de um mito, na Física enquanto *função cosmológica*, no Direito enquanto *função sociológica*, e na própria Psicologia enquanto *função psicológica*. Similarmente, a certeza, a demonstração e a análise racionalistas, somadas a uma ética, exerceriam, de maneira disjuntiva (exclui-se o que é considerado irracional), as funções também advogadas pela imaginação simbólica.

Com o intuito de respaldar o diálogo ao qual esse texto se propõe, apresentamos também os conceitos de obstáculo e ruptura epistemológica, conforme propostos por Gaston Bachelard. Sobre o obstáculo, Bachelard (1996, p. 17) aponta que:

Quando se procuram as condições psicológicas do progresso da ciência, logo se chega à convicção de que *é em termos de obstáculos que o problema do conhecimento científico deve ser colocado*. E não se trata de considerar obstáculos externos, como a complexidade e a fugacidade dos fenômenos, nem de incriminar a fragilidade dos sentidos e do espírito humano: é no âmago do próprio ato de conhecer que aparecem, por uma espécie de imperativo funcional, lentidões e conflitos. É aí que mostraremos causas de estagnação e até de regressão, detectaremos causas de inércia às quais daremos o nome de obstáculos epistemológicos.

Como aponta o autor, existe um critério psicológico que afeta o desenvolvimento científico. Lembramos, com isso, do que Campbell apontou como *certos problemas psicológicos irredutíveis, inerentes a própria biologia de nossa espécie*, conforme já mencionamos. Não por acaso, Bachelard também se interessou pelos Estudos do Imaginário, além da reflexão epistemológica. Portanto, a ciência (assim como o mito) teria uma prevalência de processos psicológicos, já que é interpretada por seres humanos. Em sua referida obra (BACHELARD, 1996), aponta para a seguinte dinâmica: uma vez formados e

estabelecidos esses obstáculos, o estágio último seria a ruptura – motivo pelo qual a ciência não seria caracterizada por uma continuidade.

Como contraponto integrativo às rupturas epistemológicas bachelardianas, para encerrar a introdução pretendida, apontamos nosso tributo ao conceito de *ecologia dos saberes*. De acordo com Boaventura de Souza Santos (2009, p. 45), “como ecologia dos saberes, o pensamento pós-abissal⁶ tem como premissa a ideia da diversidade epistemológica do mundo, o reconhecimento da existência de uma pluralidade de formas de conhecimento além do conhecimento científico”. Com isso, apesar de nos propormos a dialogar sobre uma mudança de perspectivas, enfatizamos que buscamos uma mudança integrativa, e não disjuntiva.

Perspectiva econômica: A comunicação como estrutura

Ao retomarmos o conceito de paradigma kuhniano, explicitamos que, para o paradigma hegemonicamente vigente, seria preciso pensar a Comunicação de maneira racional e linear, herança do racionalismo cartesiano e do mecanicismo newtoniano. Portanto, é lógico e coerente que surja a definição de Comunicação enquanto transmissão de informação. Tal processo, amplamente difundido pela área da Comunicação a ponto de dispensar maiores apresentações, presume a existência de partes diferentes e isoladamente analisáveis, de emissor, receptor, meio e mensagem.

Buscamos, mais do que realizar longas e já conhecidas definições sobre esse processo, focar num aspecto menos difundido dessa estrutura comunicacional: o aspecto econômico. Para tanto, utilizamo-nos do conceito de *economia dos sinais*, conforme proposto por Harry Pross. Por economia dos sinais, entendemos “o princípio, ao longo dos milênios, de redução do esforço do sinal para o emissor” (PROSS *apud* BAITELLO JUNIOR, 2003, p. 11). Para compreender com maior profundidade tal conceito, julgamos necessário explicitar a teoria da mídia de Pross (BETH; PROSS, 1987), que classifica três diferentes mídias:

⁶ Por pensamento abissal, o autor denomina o pensamento moderno ocidental. Segundo Santos (2009, p. 23), “consiste num sistema de distinções visíveis e invisíveis, sendo que as invisíveis fundamentam as visíveis”.

- a) *Mídia primária*, tida como toda mídia onde não existe nenhum aparato ou instrumento entre o emissor e o receptor. É a mídia que depende exclusivamente do corpo;
- b) *Mídia secundária*, a classificação de mídia que abarca um aparato ou instrumento no ato da emissão do sinal. Como exemplo, podemos explicitar a escrita;
- c) *Mídia terciária*, que compreende as mídias onde existe um jogo de aparatos – um codifica a mensagem na emissão, e o outro a decodifica na recepção. Os meios de comunicação em massa, assim como aquilo que é abarcado pela cibercultura, estariam dentro dessa classificação.

Nesse âmbito, pensamos, com Pross, na relação entre o desenvolvimento tecnológico e a economia dos sinais. Conforme a tecnologia avançou no decorrer da trajetória humana, notamos uma amplificação do sinal emitido, tanto no espaço quanto no tempo. A partir disso, fica patente a amálgama entre a emissão e o poder. Lembremo-nos de Kuhn, no que tange a necessidade da *partilha* para a instituição de um paradigma e de uma comunidade. Corroboração disso é que, para Pross (1997, p. 2):

A construção de recursos técnicos para superar as restrições da percepção elementar pode ser interpretada como o motor da sociologia cultural, uma vez que os donos desses recursos podem colonizar o tempo de vida dos outros. A começar pelo tambor da selva e os sinais de fumaça até a radiodifusão e a Internet, os donos dos meios de comunicação conseguem alcançar simultaneamente mais pessoas num espaço maior e em menos tempo do que lhe seria possível de outra maneira em toda a sua vida.

Essa mesma lógica entre emissão e poder, vista por meio da economia dos sinais, é amplamente abordada por Guy Debord ao conceituar a *sociedade do espetáculo*. Espetáculo, numa descrição sintética de Debord (2003, p. 27), “é o *capital* a um tal grau de acumulação que se torna imagem”. Observamos a relação desse acúmulo com a Comunicação, quando Debord (2003, p. 23) afirma que:

Na senda do progresso da acumulação dos produtos separados, e da concentração do processo produtivo, a unidade e a comunicação tornam-se atribuições exclusivas da direção do sistema. O êxito do sistema econômico de separação significa a *proletarização* do mundo.

Para além da discussão restrita à Comunicação, notamos também o papel do espetáculo enquanto partilha de um paradigma, de maneira que propomos um diálogo entre Kuhn e Debord (2003, p. 41), para quem:

[...] a sociedade moderna já invadiu espetacularmente a superfície social de cada continente. Ela define o programa de uma classe dirigente e preside sua constituição. Do mesmo modo que apresenta os pseudobens a cobiçar, ela oferece aos revolucionários locais os falsos modelos de revolução.

Mais do que nos atermos numa crítica à estrutura comunicacional predominantemente vigente, buscamos aqui evidenciar um caráter vertical, definido por relações de poder e hegemonia que, recursivamente, mantém e são mantidas pela Comunicação enquanto transmissão.

Perspectiva ecológica: A comunicação como fenômeno

Influenciado pelo pensamento de Harry Pross, o comunicólogo Vicente Romano realiza um diagnóstico para nosso cenário comunicacional atual, caracterizado por uma crise ecológica, tanto na esfera biológica quanto na cultural. Para além da crítica, dois objetivos são perseguidos pela proposta de *ecologia da comunicação* de Romano (2004, p. 157):

- 1) Garantir um equilíbrio ecológico dos meios, isso é, adaptar as tecnologias da informação às condições e possibilidades da comunicação primária, aquela do contato elementar humano ou direto.
- 2) Adaptar as tecnologias de informação, em particular àquelas dos meios com telas, às valências ecocomunicológicas do ser humano. Isso significa que deve imperdir-se a difusão da comunicação massiva, a aplicação de novos meios, onde tenham efeitos negativos sobre o entorno comunicativo. Os efeitos negativos aparecem quando o emprego da comunicação de massa predomina sobre o contato inter-humano, ou inclusive o suplanta.

A partir da proposta de Romano, pensamos que o primeiro passo é desconstruir a ideia linear e mecânica da Comunicação. Mais do que transmissão, pautada por agentes distintos com posições definidas, a Comunicação (vista por uma perspectiva ecológica) estaria muito mais próxima da percepção sistêmica da Ecologia Profunda, proposta pelo físico Fritjof Capra.

Numa perspectiva integrativa, Capra propõe um pensamento a partir de valores como a intuição, a síntese, o holístico, o não-linear, a cooperação e a parceria, de maneira que:

A ecologia profunda não separa seres humanos – ou qualquer outra coisa – do meio ambiente natural. Ela vê o mundo não como uma coleção de objetos isolados, mas como uma rede de fenômenos que estão fundamentalmente interconectados e são interdependentes. (CAPRA, 2006, p. 23).

Trazemos de Capra, principalmente, a ideia de interdependência. No lugar de pensar a Comunicação enquanto interação entre os diferentes agentes em uma estrutura, pensamos em dois aspectos que dizem respeito à Comunicação observada por essa perspectiva sistêmica.

O primeiro aspecto seria de que a Comunicação não diz respeito a transmissão de um sinal por um emissor. Mais do que isso, ela diz respeito ao comum (ou à *partilha*, se pensarmos a partir de Kuhn) entre duas (ou mais) pessoas. Dessa maneira, parece-nos adequado, em diálogo com a noção de interdependência de Capra, pensar na *tessitura conjunta* (complexidade) da Comunicação. Por isso, somos tributários de uma Comunicação que atenda aos três princípios da Complexidade (MORIN, 2007):

- a) Ao atender o *princípio dialógico*, pensamos numa Comunicação que compreenda que os participantes da Comunicação, embora distintos e, portanto, singulares, complementam-se, mesmo que se mantenham opostos. Admitir esse paradoxo é assumir uma visão mais tolerante do outro.
- b) Ao atender o *princípio recursivo*, observamos uma Comunicação onde não existe propósito em efetivar divisões entre emissor e receptor. O dito emissor recebe quando emite, ao mesmo tempo em que o dito receptor emite quando recebe. Por isso, preferimos pensar em participantes da Comunicação. Admitir essa simbiose implica em equilibrar as relações de poder entre o eu e o outro.
- c) Ao atender o *princípio hologramático*, consideramos que o todo está na parte (e não apenas que a parte está no todo), de maneira que um determinado aspecto comunicacional pode influenciar todo um ambiente comunicacional. Admitir essa potencialidade envolve olhar para objetos comunicacionais

considerados efêmeros, menores ou irrelevantes, e entender que eles podem carregar em si a semente para mudanças.

O segundo aspecto diz respeito ao próprio olhar científico para a Comunicação. Pesquisar a Comunicação a partir de uma estrutura dada de antemão pode servir à perspectiva da Comunicação enquanto transmissão de informações. Mas, ao pensarmos na proposta de comunicação sistêmica, criadora/mantenedora de vínculos, pouco nos auxilia pensar nessa estrutura, em termos metodológicos. Descobrir quem é o *emissor* em uma festa ou qual é a *mensagem* durante uma partida de um jogo qualquer entre amigos parece-nos tão infrutífero quanto discutir quem é o *receptor* de um abraço entre duas pessoas. O ponto de partida é pensar na Comunicação enquanto fenômeno, de modo que nos cabe uma abordagem fenomenológica da Comunicação (MARTINEZ; SILVA, 2014). A partir disso, e para além do escopo desse artigo, pensar uma metodologia específica para a comunicação enquanto fenômeno sistêmico complexo se faz necessário.

Advogamos a favor de tal perspectiva comunicacional, pois:

[...] sendo a comunicação uma experiência excepcional para a constituição dos vínculos humanos, a ecologia da comunicação volta-se, sobretudo, no sentido de restaurar a perda dos laços e dos vínculos, valorizando o pertencimento, a comunicação presencial e o encontro humano (...) e em todos aqueles que promovem uma estruturação vinculativa e um modo de organizar a sociedade simbolicamente. Organizam-se num modelo ecológico, social e comunicacional horizontal. (MIKLOS; ROCCO, 2018, p. 108).

Pensamos, por meio da *ecologia da cultura* de Bustos (2006), que um posicionamento ecológico seria substituir a difusão, modelo hegemonicamente vigente, pela participação. Com base nisso, anteriormente, propomos pensar em participantes da Comunicação. A partir desse critério, no lugar de pensar em meios/mídias, a proposta é gerar ambientes que favoreçam a comunicação para seus participantes. Conforme Menezes (2016, p. 35):

Da mesma forma que todos os seres vivos sobrevivem e se reproduzem quando interagem com o meio ambiente de forma autossustentável, os seres humanos necessitam de ambientes autossustentáveis para cultivar os gestos, sons, odores, sabores, tatilidades e movimentos que marcam os processos de comunicação.

A preocupação na necessidade de gerar ambientes comunicacionais autossustentáveis nos conduz para pensar além de uma perspectiva (mercado)lógica, ortodoxa. Pensamos em brechas, estratégias contra-hegemônicas e potencialidades de resistência

Perspectiva folkcomunicacional: A comunicação como mediação cultural

As potencialidades de resistência encontram-se na perspectiva que Luiz Beltrão chamou de Folkcomunicação, caracterizada “pela utilização de mecanismos artesanais de difusão simbólica para expressar em linguagem popular mensagens previamente veiculadas pela indústria cultural” (MELO, 2007, p. 21).

Em sua tese, Beltrão (2004, p. 47) definiu a Teoria da Folkcomunicação como sendo “o processo de intercâmbio de informações e manifestações de opinião, ideias e atitudes da massa, por intermédio de agentes e meios ligados direta ou indiretamente ao folclore”, e expôs que a importância da teoria era “a necessidade imprescindível de estarmos atentos a essa forma esquisita do intercâmbio de informações e ideias entre os dois brasis, no interesse da afirmação e do desenvolvimento nacional”.

Dessa forma, a folkcomunicação é a comunicação dos grupos subalternos, não alinhados ao campo tradicional da comunicação, ou seja, dirige-se a um mundo em que palavras, signos gráficos, gestos e atitudes mantêm relações com classes marginalizadas da sociedade e que vivem conformadas pela orientação padronizadora da cultura de massas disseminada sistematicamente pelos aparelhos convencionais da reprodução ideológica e fortificada pelos veículos da indústria cultural.

Os indivíduos pertencentes a esses segmentos semeiam utopias a uma vida sem sofrimentos, injustiças, desigualdades, opressões. Almejam usufruir das benesses que a cultura proporciona.

Roberto Benjamin (2000) define a abrangência da Folkcomunicação em seis tópicos:

- 1) A comunicação interpessoal e grupal ocorrente na cultura folk;
- 2) A mediação dos canais folk para a recepção da comunicação de massa;
- 3) A apropriação das tecnologias da comunicação de massa (e outras) e o uso dos canais massivos por portadores da cultura folk;
- 4) A presença de traços da cultura de massa absorvidos pela cultura folk;

- 5) Apropriação de elementos da cultura folk pela cultura de massa e pela cultura erudita e
- 6) A recepção da cultura folk de elementos de sua própria cultura reprocessada pela cultura de massa.

Assim, o sentido da Folkcomunicação vai muito além da mera transmissão pois, se refere a um processo comunicativo diferenciado do convencional, comercial e estatal, constituído por especificidades que permeiam desde o conteúdo comunicado, passando pela escolha do assunto abordado e o enfoque utilizado, até a aplicação de estratégias diferenciadas para produção e difusão possibilitando pensar a comunicação para além da conexão técnica, mas como uma mediação cultural.

Considerações finais: O imaginário como catalisador

Para abrir nossas considerações, antes de retomar nosso raciocínio iniciado no último intertítulo, fazemos necessário evidenciar nosso local de fala. Dentre os indexadores desse artigo, incluímos o termo *imaginário*, que pouco fez valer sua presença até esse ponto do texto. Nos posicionamos definindo o conceito de *Noosfera* enquanto teoria do Imaginário com a qual nos alinhamos. De acordo com Edgar Morin (2011, p. 141):

As representações, símbolos, mitos, ideias são englobados, ao mesmo tempo, pelas noções de cultura e de noosfera. Do ponto de vista da cultura, constituem a sua memória, os seus saberes, os seus programas, as suas crenças, os seus valores, as suas normas. Do ponto de vista da noosfera, são entidades feitas de substância espiritual e dotadas de certa existência. Oriunda das próprias interações que tecem a cultura de uma sociedade, a noosfera emerge como uma realidade objetiva, dispondo de certa autonomia e povoada por entidades que denominaremos “seres de espírito”.

Entendida como a realidade objetiva que abarca a totalidade do pensamento (*noos*) humano, pensamos na Noosfera como liame da discussão com a qual abrimos o presente texto. Isso porque Morin aponta para a existência de dois grandes tipos de *seres de espírito* de organização estável na Noosfera. Ao primeiro, denomina *entidades cosmobioantropomorfas*, que compreenderiam “mitos e religiões, povoadas de seres com aparências animais ou humanas (gênios, espíritos, deuses)” (MORIN, 2011, p. 145). Quando apontamos para as funções mitológicas, de acordo com Campbell (2001), poderíamos igualmente estarmos nos

referindo às potencialidades das entidades cosmobioantropomorfas. Ao segundo tipo, é dado o nome de *entidades logomorfas*, que abarcariam “doutrinas, teorias, filosofias, que são sistemas de ideias” (MORIN, 2011, p. 145). Em nossa interpretação, fica patente que aquilo que Kuhn (1998) denomina *paradigma* seria uma entidade logomorfa. Isso nos leva a pensar, evocando a ecologia dos saberes (SANTOS, 2009), que pouco importa se por meio de uma entidade logomorfa ou de uma entidade cosmobioantropomorfa, a dedução é a mesma: o imaginário (noosfera) interfere na perspectiva com a qual lidamos com a realidade concreta.

Por isso, situamos esse ensaio não como uma reflexão sobre teorias da Comunicação, ou mesmo sobre a epistemologia da Comunicação. Situamos nosso texto como um *chamado da aventura*, para usar a terminologia campbelliana, que “significa que o destino convocou o herói e transferiu-lhe o centro de gravidade do seio da sociedade para uma região desconhecida” (CAMPBELL, 2004, p. 66), para aqueles que se debruçam sobre os Estudos do Imaginário.

Pode parecer incauto e ousado, talvez até mesmo impertinente, apontarmos para tal potência do imaginário enquanto catalizador para a geração de outros ambientes comunicacionais, conforme necessidade observada no intertítulo anterior. Cristalizamos nosso pensamento acerca desse apontamento ao afirmar que o *imaginário sustenta uma realidade comunicacional, ao mesmo tempo em que é construído pela comunicação, e sustenta a realidade social*. Por isso, nos propomos a relevância de tal afirmação a partir de dois exemplos.

O primeiro exemplo escolhido é o emblemático estudo de Weber (2004). No início do século XX, Weber se propôs a expor a íntima relação entre a ética protestante e o *espírito* do capitalismo. Pensamos na religião protestante enquanto entidade cosmobioantropomorfa, e evidenciamos aqui o que foi pontuado por Morin (2011) como a autonomia dos *seres de espírito* que habitam a noosfera. A partir de um credo religioso, a austeridade calvinista engendra uma ética do acúmulo que, sobre o solo fértil do imperativo da racionalização, aduba o então sistema econômico capitalista para que ele possa florescer enquanto sistema de ideias (entidade logomorfa). O próprio autor encerra sua profícua reflexão com apontamentos que consideramos consistentes com o presente estudo:

Porquanto, embora o homem moderno, mesmo com a melhor das boas vontades, geralmente não seja capaz de imaginar o *efeito* alcance da significação que os conteúdos de consciência religiosos tiveram para a conduta da vida, a cultura e o caráter de um povo, não cabe contudo, evidentemente, a intenção de substituir uma interpretação causal unilateralmente “materialista” da cultura e da história por uma outra espiritualista, também unilateral. *Ambas são igualmente possíveis*, mas uma e outra, se tiverem a pretensão de ser, não a *etapa preliminar*, mas a *conclusão* da pesquisa, igualmente pouco servem à verdade histórica. (WEBER, 2004, p. 167).

Como segundo exemplo, apontamos a denúncia e a reflexão de Richard Barbrook, cientista político britânico. Barbrook (2009) demonstra que o desenvolvimento tecnológico estadunidense a partir de meados do século XX, sobretudo no que tange a inteligência artificial e a sociedade da informação, teria sido política e economicamente engendrado. A estratégia para essa realização teria sido executada por meio de profecias de um futuro, com a intenção de construir uma ideologia específica de futuro – processo denominado pelo autor como *futuro imaginário* – onde a cibercultura e o messianismo tecnológico possibilitariam uma sociedade libertária. Dado o limite de espaço em nosso presente estudo, não nos atreveremos a demonstrar a miríade de fatores envolvidos e desencadeados por tal estratégia, nos atentando unicamente em explicitar o título do capítulo que encerra a discussão proposta pelo autor: *aqueles que esquecem o futuro estão condenados a repeti-lo*. Consideramos tal frase como dotada de um caráter simbólico/poético, que explicita os revezes de uma sociedade que (mercado)logicamente transformou o futuro em *programa*, e hoje atua como *funcionária* desse programa, se usarmos termos flusserianos (FLUSSER, 1985). Contudo, servimo-nos (assim como fizemos com Weber) das últimas considerações da obra referida de Barbrook (2009, p. 383-384):

Mais do que disciplinar o presente, essas novas visões futuristas podem ser abertas e flexíveis. Nós somos os inventores de nossas próprias tecnologias. Nós podemos controlar nossas próprias máquinas. Nós somos os criadores das formas das coisas que virão. Nós podemos intervir na história para realizar nossos próprios interesses. Nossas utopias fornecem a direção para o caminho do progresso humano. Sejamos esperançosos ao imaginarmos os melhores futuros da social-democracia libertária.

Observamos dois exemplos, sem a pretensão ou a inocência de esgotar o tema. Escolhemos os dois por considerarmos emblemáticos para a questão que nos propomos a

levantar. Com essa reflexão, nos posicionamos em compreender os Estudos do Imaginário para além da análise de representações simbólicas em plataformas midiáticas (embora reconheçamos a importância de tais estudos), para o compromisso de nos atentarmos às implicações sociais do imaginário. Por isso, retomamos a epígrafe que abre nosso texto, na qual Bachelard postula que a ciência *corresponde a um mundo a criar*. Ao entendermos a ciência enquanto entidade que habita a noosfera (ou imaginário), afirmamos que cabe a ela servir de catalisadora para novas perspectivas, ao invés de manter as perspectivas hegemonicamente vigentes. Afinal, para manter as perspectivas vigentes, já contamos com governos *muríficos*, plutarquias predatórias, fundamentalismos intolerantes e oligopólios midiáticos.

Referências bibliográficas

BACHELARD, Gaston. **A formação do espírito científico**: Contribuição para uma psicanálise do conhecimento. Rio de Janeiro: Contraponto, 1996.

BAITELLO JUNIOR, Norval. Mídia como droga. Laudatio a Harry Pross, em seu aniversário de 80 anos. **Ghrehb-**, São Paulo, v. 3, n. 4, 2003, p. 4-15. Disponível em: <https://goo.gl/1oX37y>. Acesso em 25 abr. 2018.

BARBROOK, Richard. **Futuros imaginários**: Das máquinas pensantes à aldeia global. São Paulo: Peirópolis, 2009. Disponível em: <https://goo.gl/bEygAn>. Acesso em 26 abr. 2018.

BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação**: Teoria e metodologia. São Bernardo do Campo: Umesp, 2004.

BENJAMIN, Roberto. **Folkcomunicação no contexto de massa**. João Pessoa: UFPB, 2000.

BETH, Hanno; PROSS, Harry. **Introducción a la ciencia de la comunicación**. Barcelona: Antrophos, 1987.

BUSTOS, J. C. M. de. **Comunicación sostenible y desarrollo humano em la sociedade de la información**. Madrid: Agencia Española de Cooperación Internacional, 2006. Disponível em: <https://goo.gl/QhuveE>. Acesso em 11 dez. 2017.

CAMPBELL, Joseph. Temas Mitológicos na Arte e na Literatura Criativa. In: CAMPBELL, Joseph (Org.). **Mitos, sonhos e religião**: Nas artes, na filosofia e na vida contemporânea. Rio de Janeiro: Ediouro, 2001, p. 139-175.

_____. **O herói de mil faces**. São Paulo: Cultrix/Pensamento, 2004.

CAPRA, Fritjof. **A teia da vida**: Uma nova compreensão científica dos sistemas vivos. São Paulo: Cultrix, 2006.

DEBORD, Guy. **A Sociedade do Espetáculo**. São Paulo: Coletivo Periferia, 2003. Disponível em: <https://goo.gl/pKZReN>. Acesso em 25 abr. 2018.

DURAND, Gilbert. **A imaginação simbólica**. Lisboa: Edições 70, 1995.

FLUSSER, Vilém. **Filosofia da caixa preta**. São Paulo: Hucitec, 1985.

KUHN, T. S.. **A estrutura das revoluções científicas**. São Paulo: Perspectiva, 1998.

KÜNSCH, D. A.; CARRARO, Renata. Comunicação e pensamento compreensivo: o ensaio como forma de expressão do conhecimento científico. **Líbero**, São Paulo, v. 15, n. 29, 2012, p. 33-42. Disponível em: <https://goo.gl/jgz6Ru>. Acesso em 25 abr. 2018.

MARTINEZ, Monica; SILVA, P. C. da. Fenomenologia: o uso como método em Comunicação. **E-Compós – Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação**. Brasília, v. 17, n. 2, 2014. Disponível em: <https://goo.gl/Dnu1uW>. Acesso em 12 fev. 2016.

MELO, José Marques. Folkcomunicação In: GADINI, Sergio Luiz; WOITOWICZ, Karina Janz. **Noções básicas de Folkcomunicação**: Uma introdução aos principais termos, conceitos e expressões. Ponta Grossa: Editora UEPG, 2007.

MENEZES, J. E. de O.. **Cultura do ouvir e ecologia da comunicação**. São Paulo: UNI, 2016. Disponível em: <https://goo.gl/jh1kPq>. Acesso em 26 abr. 2018.

MIKLOS, Jorge; ROCCO, A. de S. A.. Ecologia da comunicação: desafios para a concepção de uma comunicação social cidadã. **Paulus**, São Paulo, v. 2, n. 3, 2018, p. 93-110. Disponível em: <https://goo.gl/gv5NSX>. Acesso em 26 abr. 2018.

MORIN, Edgar. **Introdução ao pensamento complexo**. Porto Alegre: Sulina, 2007.

_____. **O método 4**: As ideias: habitat, vida, costumes, organização. Porto Alegre: Sulina, 2011.

PROSS, Harry. A Economia dos Sinais e a Economia Política. Seminário A Explosão da Informação. São Paulo: SESC Paulista, 1997. Disponível em: <https://goo.gl/DvFXZf>. Acesso em 25 abr. 2018.

ROMANO, Vicente. **Ecología de la Comunicación**. Hondarribia: Hiru, 2004.

SANTOS, B. de S.. Para além do Pensamento Abissal: das linhas globais a uma ecologia dos saberes. In: SANTOS, B. de S.; MENESES, M. P. (Orgs.). **Epistemologias do Sul**. Coimbra: Edições Almedina, 2009, p. 23-72.

WEBER, Max. **A ética protestante e o “espírito” do capitalismo**. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.