

Por uma Nova Teoria da Comunicação: a contribuição da Escola de São Paulo¹

Ana Paula de Moraes Teixeira²

Universidade de São Paulo/Exército Brasileiro (USP/CEP-FDC)

Este texto é um pequeno fragmento do que foi proposto para apresentar a tese de doutoramento denominada: “O acontecimento comunicacional e a experiência de ensino - Afeto. Arrebatamento. Subjetividades.”; defendida na Universidade de São Paulo (USP). O estudo se insere no contexto de produção de uma Nova Teoria da Comunicação, coordenada pelo pesquisador Ciro Marcondes Filho, que chefia na USP o núcleo de Estudos Filosóficos da Comunicação (FILOCOM/ECA) e que orientou o estudo que traz uma análise epistemológica sobre um conceito de comunicação que busca na Filosofia seu aporte teórico.

Palavras-Chave: Nova Teoria da Comunicação; Acontecimento Comunicacional; Metáporo; Subjetividades.

A contribuição da escola de São Paulo

Nos estudos convencionais sobre comunicação, o estatuto ontológico do ser nunca teve muito espaço. Prefere-se estudar “talhas” na comunicação, como a recepção, a mediação, os processos, os meios. Mas no trabalho em questão, priorizou-se enveredar pela comunicação que “acontece” no ser – entendida na tese como a real expressão do acontecimento comunicacional. E como a noção de acontecimento trabalhada na tese é distante da concepção compreendida pela angulação da mídia ou mesmo pelo senso comum, o estudo proposto requisitou um procedimento distinto de trabalho, denominado metáporo, a partir do qual o olhar do pesquisador conta, não para subtrair da observação o que interessa, mas sim compor com ela.

Mas o conceito de Comunicação no âmbito da produção do conhecimento desde o âmbito acadêmico até as críticas profissionais em geral toma contornos bem distintos do apresentado na tese.

¹ Trabalho apresentado ao GP Teorias da Comunicação do XV Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Jornalista e pesquisadora em Teorias da Comunicação. Docente no Curso de Pós-Graduação em Comunicação Social do Exército Brasileiro. email: anapmt@gmail.com

No Brasil, o órgão responsável pela classificação e divisão do conhecimento científico em áreas de estudo, o CNPq, classifica a Comunicação como integrante das Ciências Sociais Aplicadas. Essa forma de olhar a comunicação demarca a perspectiva que compreende a comunicação como uma ferramenta de apoio (por que aplicada?) e necessariamente relega seus estudos a um caráter instrumental. Diríamos também que reduzido, pois a comunicação, antes, é uma ciência humana, posto que ela também pode ser uma ocorrência que se dá no ser.

Não apenas por isso, mas prioritariamente, o núcleo de estudos filosóficos da comunicação – FiloCom – sediado na Universidade de São Paulo, vem desenvolvendo, desde 2000, um conjunto de estudos que percorre contra essa corrente majoritária, diminuta e instrumental de compreender a comunicação, para construir o que se tem denominado como a *Nova Teoria da Comunicação*.

Crivando um movimento totalmente inusitado em termos de procedimento de pesquisa e geração conceitual que bebe dos fluidos fundamentais das Ciências Humanas, a Nova Teoria apresenta "um conceito novo e operatório para alicerçar os estudos de comunicação", para os quais é sugerida uma nova proposição investigativa, denominada *metáporo*.

A primeira obra publicada sobre essa proposição foi o Tomo 5 da série Nova Teoria da Comunicação, volume 3, intitulado O princípio da razão durante, tomo V - O conceito de comunicação e a epistemologia metapórica.

Mas o conjunto da obra oferece um percurso inteiro abordando temas que permitem identificar o acontecimento comunicacional tal como proposto pela nova teoria.

A inusitada condução dos conceitos, assim como sua escolha pelas referências autorais, colocam os estudos de Marcondes Filho, no mínimo, atraindo um polêmico lugar no circuito dos estudos ditos teóricos da comunicação. E a polêmica não é gratuita. Em lugar das referências conceituais clássicas (como Shannon, Shaw, Lazarsfeld), ou as latino-americanas (como Orozco, Canclini, Barbero) ou ainda, de fundação nos estudos da linguagem, da semiótica ou da cultura, Marcondes Filho bebe nas fontes da Filosofia para intuir uma proposta teórica que se evidencia como uma verdadeira morada no estatuto ontológico do ser. (TEIXEIRA, 2015).

Não é difícil identificar essa caracterização porque Marcondes Filho trás para a cena temas como a subjetividade, a alteridade, o sentido, o acontecimento e o extra-lingüístico. Quer dizer que os aspectos da mediação, da informação e mesmo das tecnologias são, no conjunto dessas obras, propulsores, facilitadores, e porque não dizer “circunstanciadores” desse protagonismo mais forte que é a comunicação no ser, ou, como o próprio Marcondes Filho (2013: 10) define: “o fenômeno que ocorre no interior de cada um de nós”. (TEIXEIRA, 2015).

Com uma produção significativa de teses, encontros, seminários e produtos gerados a partir desse olhar inusitado, o FiloCom inaugura, com significativa produção conceitual, uma seara pioneira para os estudos da comunicação vislumbrada por ocasião desses pressupostos.

Acontecimento comunicacional e a comunicação-no-ser

O acontecimento comunicacional é o fenômeno pelo qual a mediação entre o ser o mundo vai construir um sentido tão ímpar no sujeito que pode mesmo mudar sua história, no cálculo de uma proporção menor, e mudar também com a história de muitos, numa aposta mais otimista. Assim, a capacidade de desejar alguma coisa e construir meios para sua realização (como voar), por exemplo, pode ter sido desejada por muitos, mas poucos puderam realizá-la de forma pioneira.

Nosso pressuposto é o de que, consideradas todas as relativizações possíveis, como contexto, oportunidade, acesso ao conhecimento, etc., que não estão em jogo nesta discussão, o sentido só é possível ‘ao um’ de forma absolutamente singular, e que há um dispositivo receptor desta singularidade que é excitado pelo contato do sujeito com o mundo. Por isto as ‘excitações’, as afecções, tem relevância prioritária para a compreensão do *acontecimento comunicacional*. São elas, ‘comunicadas’ de alguma maneira ao sujeito, que acionam esse dispositivo e faz com que um elemento qualquer e de aparência ingênua mexa com toda a estrutura deste sujeito. Temos como exemplo uma maçã qualquer despencando de uma árvore, e temos a maçã despencando sobre a cabeça de Newton. É muito provável que nada havia de peculiar na maçã de Newton, exceto o fato de ter disparado no “aqui e agora” daquele momento newtoniano um acontecimento comunicacional.

Acontecimento é efeito exercido na singularidade

Há no desenvolvimento conceitual do *acontecimento comunicacional* um apelo importante que precisa ser muito bem compreendido, pois a busca por uma fundamentação filosófica para o estudo explorado não é gratuita. Ela justifica a dimensão “efeito” articulada junto à subjetividade que só o estofo filosófico consegue fundamentar. Dizemos isto porque poucos temas são tão delicados de se tocar quanto o da subjetividade e há inúmeras portas pelas quais podem passar compreensões das mais variadas, e, via-de-regra, é a Psicologia que arrola a gama maior de tentativas para sua compreensão.

Entretanto, por nosso turno, não buscamos compreender a produção de subjetividade, senão apenas considerá-la como unidade que se coaduna e interfere sobremaneira na ocorrência de um acontecimento, porque ela vai permitir ou não determinados agenciamentos que só se articulam pelos poros da pele subjetiva. Guattari, buscando situar a produção da subjetividade, incluindo dimensões que não são priorizadas aqui, compreende que “a subjetividade, de fato, é plural, polifônica, para retomar uma expressão de Mikhail Bakhtine. E ela não conhece nenhuma instância dominante de determinação que guie as outras instâncias segundo uma causalidade unívoca.” (Guattari, 1992:11).

Interessa-nos, porém, não o que determina a subjetividade, mas que ela, na sua forma de adjacência com as vinculações do mundo, propicia o acontecimento comunicacional justamente a partir da diferença e da maneira unívoca como cada um agencia suas referências.

Assim é o *acontecimento comunicacional*. É com este sentido que nos propusemos a trabalhar. Com esse jogo de arestas. De farpas em constante fricção. De poros arrepiados roçando-se mutuamente.

Dessas diferenças; da não conformação; do estranhamento que ocorre no entre e na *Razão Durante*³, conforme propõe Marcondes Filho, é que pode surgir um algo novo, uma criação, uma subjetividade nascente. Ocorrência entre o ser e uma

³ A *Razão Durante* é um conceito específico trabalhado em toda a extensão da obra contemporânea de MARCONDES FILHO e que basicamente diz respeito ao instante de ligação (um durante, um entre) entre algo virtualmente comunicativo e o efetivo acontecimento comunicacional.

representação; ou, da tangência entre dois sujeitos, conforme expressa Merleau-Ponty a respeito do que vem a ser um autêntico diálogo: “Um autêntico diálogo me conduz a pensamentos de que eu não me acreditava, de que eu não era capaz, e às vezes sinto-me seguido num caminho que eu próprio desenhava e que meu discurso, relançado por outrem, está abrindo para mim.” (Merleau-Ponty, 2007: 24)

Este mundo de possibilidades que se abre, intuitivamente iluminado por Merleau-Ponty, contando com as peripécias da obscuridade e mistérios da presença do outro, próprias da alteridade, não é apenas de um devir infinito que o acontecimento comporta. Antes, é estranhamento e diferença nascidos da relação; é perene latência de acontecimento aonde pode residir o limite de sua bolha. Acontecimento-bolha que explode quando o sentido se instaura, relançando o movimento de possibilidade do qual o *Acontecimento Comunicacional* vai ocupar lugar.

O estado da arte nas Teorias da Comunicação, ao longo dos anos, mostrou que o que as pesquisas buscam em termos de conceito está sempre no âmbito do perceber interpretar-representar. Dificilmente há inovações que escapem a este *core*. O que muda é o enfoque ou o objeto. Ora o enfoque pode ficar por conta da característica do meio (com McLuhan e Flusser), ora da audiência (estudos de recepção). Outras linhas lançaram análise sob o ponto de vista da estrutura político-econômica da sociedade, como pretendeu a Teoria Crítica frankfurtiana. As pesquisas administrativas, precursoras em termos de análise de impacto de mensagens, tinham como foco a sondagem de opiniões que direcionariam ações de âmbito institucional (empresariais, daí a terminologia administrativa) ou com fins militares. Os estudos culturais, já ponderando o aspecto de negociação que há entre a produção e o respeito às características culturais da audiência, vem sinalizando, desde *Birmingham*⁴, que entre a mediação negociada, a representação e a retroalimentação pela audiência de novos elementos à mídia, que serão determinantes dos próximos conteúdos, há uma série de

⁴ Universidade de Birmingham, que teve criado por Richard Hoggart, no EnglishDepartment, o Centro de Estudos de Cultura Contemporânea. Diante da alteração dos valores tradicionais da classe operária da Inglaterra do pós-guerra, o centro de estudos culturais britânicos vai compor um eixo de pesquisa que visa observar as relações entre a cultura contemporânea e a sociedade, isto é, suas formas culturais, instituições e práticas, assim como as relações com a sociedade e as mudanças sociais. (Escosteguy, 2008: 152).

aspectos residuais que podem ser objetos de pesquisa, sem, entretanto, deixar de estar na cola do eixo perceber-interpretar-representar.

De maneira que, sem a pretensão de tentar recuperar todas as linhas de pesquisa em comunicação, mas considerando o eixo comum que há entre elas, nossa preocupação foi justamente questionar algumas situações que de certa forma estão fora dessa orientação comum, ou deste eixo.

Como, por exemplo, qual é o lugar do sonho e sua respectiva interconexão aos demais referenciais produzidos/mediados/impactados pelas mensagens produzidas ou pela realidade editada pelos meios? Ele só é considerado na medida em que estiver manifesto, a partir de uma sinalização exprimível? Mas será que é possível reproduzir em linguagem discursiva a cena de um sonho exatamente como o cenário se mostrou ao sonhador? Sendo possível, se os elementos do inconsciente responsáveis pela construção involuntária da cena são peculiares a cada experiência subjetiva, como será possível a um terceiro representar ou interpretar um sentido mais ou menos comum, se a singularidade de cada um dos sentidos imprimido ao sonho está presa à caixa-preta indevassável do sujeito?

O objetivo de todas essas especulações, em perguntas cujas respostas nem sempre podem ser dadas pelos estudos da comunicação, é justamente apontar para uma lacuna importante nas Ciências da Comunicação, de que uma maioria esmagadora de pesquisas deixaram para a Psicologia, para as Artes e para a Filosofia aquelas temáticas cujo tratamento pareceu intangível. Arriscaríamos dizer mais. Que quase todo o arcabouço de preocupações em comunicação opera com o que é materialmente tocável, exprimível, verificável, deixando de fora aspectos imateriais⁵, como por exemplo, as interconexões que o sujeito estabelece diante da alteridade. Mesmo Habermas em sua Teoria da Ação Comunicativa, desemboca o movimento do eu para o tu; e ainda que este eu possa ser o tu para alguém, faltou em Habermas dar prioridade ao impacto do

⁵ Uma das noções mais básicas a respeito do que é imaterial é quando se admite que uma entidade é ou está desprovida de matéria. Mas essa noção é pouco elucidativa, uma vez que não nos ajuda a encontrar no processo da comunicação os imateriais que buscamos. Mora (1971) destaca que os imateriais são objetos especialmente importantes para a gnoseologia e a metafísica, e que filosoficamente, os imateriais são atribuídos às entidades não sensíveis, se considerarmos que as realidades sensíveis são equiparadas com as realidades materiais. De forma que uma entidade imaterial só pode ser apreendida por meio da intelecção. Assim, qualquer objeto que possa ser tocado ou sentido é um algo material, pela sua substância, mas a noção dessa substância é algo imaterial.

sentido contrário: do tu para o eu, movimento melhor explicado, por exemplo, por Martin Buber.

A alteridade como um elemento imaterial e a representação (ou reprodução impecável) de um sonho como algo intangível⁶ são exemplos de transversalidades (que se interconectam às referências produzidas) e que deveriam ser incluídas nos Estudos de Comunicação, somando-se ainda o debruçar-se sobre outras dimensões imateriais e intangíveis. A carência dessas discussões, assim como suas funções vitais ao estudo da comunicação-acontecimento faz com que esta proposta enseje a direção de uma confluência conceitual entre Comunicação e Filosofia, para, enfim surgir a compreensão do real conceito de comunicação: a comunicação que permite a transformação do sujeito. Esta foi a preocupação seminal da tese em referência.

Ainda que haja teorias postulando que uma forma autêntica de comunicação envolveria um retorno/contribuição/intervenção do receptor (como o diálogo na forma da comunicação interpessoal), e que conceitos como *feedback* e retroalimentação foram cunhados para definir a condição de uma comunicação que necessariamente deva obedecer a um fluxo de retorno – e de troca – ainda assim, formas apenas de emissão de sinais (e não somente aquelas restritas à difusão) ainda estão sendo tratadas como comunicação.

Talvez a compreensão para um único do substantivo, a partir do qual são derivados diversos outros sentidos, encontrasse uma apropriada justificativa na origem do termo, como de fato, parece ser o que acontece.

A partir de um retorno à etimologia, temos o termo comunicação como o substantivo da ação de comunicar, cuja origem latina tem como forma verbal o termo *communicare* (comunicar, com sentido de fazer saber, tornar comum). Mas *communicare*, no latim arcaico, também é, por via popular, comungar (não apenas no sentido religioso investido ao termo, mas também, compartilhar, dividir, tomar parte em, participar).

Não é difícil inferir que, na condição de uma limitação léxica para as línguas de uso antigo, era comum que um mesmo nome denominasse formas de ação correlatas

⁶ A partir de uma leitura observada por Flage (2009), é possível inferir que a noção de intangível surge desde os imateriais de Berkeley, cuja tese era a de que só o tato fornece acesso imediato ao mundo; e as correlações por meio da experiência consistente são aplicáveis apenas a grandezas tangíveis, de modo que o que está fora dessa lógica é o intangível.

ou com alguma correspondência. Como *koinós*, que para os gregos, “nem sempre significou ordinariade, mas partilha de uma mesma condição. Vida comum, vida em comum, *bioskoinós*.” (De Oliveira, 2006: 32)

É preciso dizer que a ideia de comunicação não existia na Antiguidade. Não existia o termo comunicação na acepção que usamos hoje. Esse termo nasce nos mosteiros da Idade Média, e tem a ver com jantar, com o lugar ou o momento em que você estabelece uma troca com o seu companheiro, em que você conversa. Até aí, uma coisa banal, porque nós jantamos todos os dias. Mas com uma diferença: não estamos no mosteiro. Porque o mosteiro é um dispositivo religioso institucional para não se conversar, Ali, você fala com Deus, e não com os homens. A relação homem-homem aparece simplesmente como um instrumento para se garantir a comunicação com Deus. O mosteiro é, pois, o lugar onde os homens vivem solitariamente, de uma maneira que tenham garantida a sobrevivência para conseguirem realizar o objetivo de falarem com Deus (Martino, 2008: 19).

Hodiernamente, não só existem inúmeras possibilidades em uma cadeia sinonímica que conferem um sentido mais estrito e não vulgar aos termos, como também o contexto atual é enriquecido de neologismos e novas formas léxicas conformadas propriamente à forma estrita da ação, como é o caso dos termos interação, transmissão e partilha, em lugar do uso genérico do termo comunicação.

Foi por um encontro com este *modus* de ser da comunicação que ancoramos nossas expectativas no acontecimento comunicacional⁷; costurando, descobrindo e experimentando o metáporo⁸ como uma postura e uma maneira de se desentranhar o caminho para a constituição de uma trilha epistemológica cuja prioridade é uma comunicação ontológica.

Metáporo como procedimento de pesquisa

O estudo suscitado na tese indica que é preciso um novo viés metodológico para lidar com os aspectos intangíveis do acontecimento comunicacional reverberado no ser. Se a lógica metodológica é aprisionar o objeto, a metapórica talvez seja

⁷ Conforme trilhas percorridas por nossa investigação, o acontecimento comunicacional é a realização da comunicação que transforma, que devolve ao ser sua potencialidade aberta para lançá-lo ao infinito.

⁸ Toda a terceira etapa da tese é dedicada à compreensão deste procedimento.

simplesmente a de intuí-lo ou liberá-lo. De qualquer forma, mantendo sua autonomia e sua energia interna.

Admitir a transitoriedade do fenômeno e a impossibilidade de captura do real é transgredir a decomposição do fenômeno em estágios de análise, negando a possibilidade de congelar o acontecimento para assim poder observá-lo. Mas essa transgressão impele o questionamento sobre quais procedimentos os estudos poderiam atracar, sem perder a credibilidade prometida pela ilusão positivista, mas com a coerência necessária à observação de fenômenos vivos, que pululam inquietantes enquanto um fôlego é tomado para sua compreensão.

Juntamente com o grupo da Escola de São Paulo, liderado por Marcondes Filho, temos tentado recuperar esta discussão. Uma delas publicada por Teixeira (2009) na XXXII edição do INTERCOM, que faz referência, entre outros desafios, à premência de “acurar as noções dos caminhos pelos quais serão trilhados os estudos do futuro próximo (...) haja vista a necessidade cada vez maior de considerar a subjetividade, a instantaneidade e a obsolescência como marcas que matam em definitivo a busca por uma epistemologia cuja lógica seja a de cristalizar um objeto para se tentar observar seus prismas.”

Um desafio que será encarado adiante será a tentativa de transferir, de forma consubstanciada, o protagonismo do objeto para o observador, privilegiando como fundação da auto referência sobre um acontecimento comunicacional, por sua natureza mais próxima possível do recorte de um real. Da mesma forma que há validade em métodos como etnografia, ou em técnicas como a história oral, similarmente propusemos a relevância da operacionalidade metapórica e como ela pode ser encarnada por uma materialidade biográfica. O engajamento dessa proposta, como método e procedimento em construção, como objeto literalmente construído, só pode ser desenvolvido se, no lugar do método, arriscarmos a um quase-método. Marcondes Filho, desbravador da proposta do quase-método (ou metáporo), considera que para sua procedência são necessárias algumas condições de possibilidade. Uma delas é a de que o mundo é permanente movimento e de que nós, inseridos nele, devemos pensar em movimento, produzir teorias no “durante”, sugerir descrições e constatações que considerem a provisoriedade do saber.

O quase-método ou metáforo, portanto, toma como modo de apreensão do real a captura instantânea, sensível, sem conceitos, tal qual se observa na relação estética com o mundo, que permite inferências e através da qual se pode captar o que não está presente (Marcondes Filho, 2010: 251). O acontecimento comunicacional, seguindo a Nova Teoria, entende que não basta que um sujeito esteja em contato com mediações e informações julgadas de seu interesse. É preciso que no contato com essas referências haja um impacto capaz de interferir na maneira usual de pensar. Nos conceitos pré-concebidos. Na própria perspectiva de vida.

Um *locus* de observação de imateriais em que o metáforo pode ser tomado como experimento em nossa pesquisa é a sala de aula, um ambiente de deslumbrantes possibilidades e descobertas, pois a resposta de uma turma permite que um mesmo conteúdo seja revisitado e ministrado de diferentes maneiras, elucidado por distintos exemplos e o mais importante: a compreensão do mesmo conteúdo pelo professor pode se modificar muitas vezes, porque o intercâmbio de experiências com diferentes alunos e vivências faz com que algumas novas janelas sejam abertas e outros pontos de vista possam dialogar com o repertório docente, que está sempre em movimento.

Difícilmente há encontros destinados ao ensino em que a plataforma de passagem seja absolutamente lisa, sem fricções e estranhamentos. Pois são esses ruídos (e não as conformidades) que podem provocar a comunicação. É pela interjeição, pelo desafio de se pensar o impensável que o choque nas estabilidades, tanto do professor, quanto do aluno, pode promover o surgimento do novo.

O arrebatamento (o insight), clímax de uma aprendizagem, porque acrescenta à Rede de Significações o componente autoral, é uma das expressões que melhor exemplifica o acontecimento comunicacional em situações de ensino, se bem que não o único. Também a instigação pelos diálogos, as inquietações nascidas de provocações e desafios, todas elas são expressões que, de alguma maneira, tiram do lugar a passividade do aprendente e acrescentam demandas de saberes outros. Pedro Demo (2009) em um artigo que recupera a discussão sobre o construtivismo radical de Maturana, destaca que “O brilho da mente está em refazer tudo que toca, emprestando-lhe um ar de autonomia.” Essa perspectiva autoral apresentada por Demo corrobora com o entendimento do arrebatamento não apenas como uma expressão privilegiada do

acontecimento comunicacional, mas como um aspecto propulsor da imaginação, da criatividade e do fazer a diferença. Que afinal de contas, é a artéria da produção do conhecimento, do espírito científico e das artes que alimentam a parcela *demens*⁹ da humanidade.

⁹ Alusão à referência de Edgar Morin sobre a definição do homem como sendo *Homo Sapiens Sapiens Demens*, por sua natureza, parte razão, parte emoção, portanto, imbuído de um quê de delírio ou demência. In: Edgar Morin – *Coleção grandes educadores*. Documentário em DVD. São Paulo: Paulus, 2006.

REFERÊNCIAS

DEMO, Pedro (2009). *Não vemos as coisas como são, mas como somos*. Acessado em 2009. Disponível em <http://pedrodemo.blogspot.com.br/2012/04/nao-vemos-as-coisas-como-sao-mas-como.html>

DE OLIVEIRA, Danielle Naves (2006). *Poros - ou as passagens da comunicação*. 135 f. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo.

ESCOSTEGUY, Ana C. (2008). Os estudos culturais. In: HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz C; FRANÇA, Vera V. (Orgs.) *Teorias da Comunicação: conceitos, escolas e tendências*. 8ª. ed. Petrópolis, RJ: Vozes.

FLAGE, Daniel (2004). The internet encyclopedia of Philosophy. *George Berkeley*. Disponível em <http://www.iep.utm.edu> Incluído em 2004. Traduzido para a Wikipedia por Jaimir Conte.

GUATTARRI, Felix (1992). *Caosmose*. São Paulo: Ed. 34.

MARCONDES FILHO, Ciro (2010). *O princípio da razão durante: o conceito de comunicação e a epistemologia metapórica*. Nova Teoria da Comunicação III – Tomo V. São Paulo: Paulus.

MARCONDES FILHO, Ciro (2013). *O rosto e a máquina - o fenômeno da comunicação visto pelos ângulos humano, medial e tecnológico* (Nova Teoria da Comunicação – Volume I) São Paulo: Paulus.

MARTINO, Luiz C (2008). O saber epistemológico sobre a comunicação. In: KUNSCH, Dimas A.(org.), BARROS, Laan Mendes de. (org.). *Comunicação: saber, arte ou ciência?* São Paulo: Plêiade.

MORA, J. F. (1971). *Dicionario de Filosofia*. Buenos Aires: Sudamerica.

MERLEAU-PONTY, Maurice (2007). *O visível e o invisível*. São Paulo: Perspectiva.

TEIXEIRA, Ana Paula de M (2009). Muitas teorias e poucos caminhos para a subjetivação. A busca de um método/metáporo para os estudos da Comunicação. In: *XXXII CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO. INTERCOM– Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares em Comunicação*. Curitiba, PR. 4 a 7 de setembro de 2009.

TEIXEIRA, Ana Paula de Moraes (2013). *O acontecimento comunicacional e a experiência de ensino. Afeto. Arrebatamento. Subjetividades*. 2013. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo.

TEIXEIRA, Ana Paula de M. “O rosto e a máquina” como introdução à Nova Teoria da Comunicação, e ao Metáporo como procedimento inovador de pesquisa. In: LINS DA SILVA, Carlos Eduardo; MELO, José Marques de; GOBBI, Maria Cristina; MORAIS, Osvando J. de (Orgs.) *Ciências da Comunicação no Brasil 50 anos: Histórias para contar*. Volume III – Século XXI: Empirismo Crítico / – São Paulo: Fapesp / Intercom / Unesp / ECA-USP, 2015.