



**Comunica(fet)ação:
Revista Fio como disparo de *afectos*¹**

Raísa Geribello de Souza²

Priscila Borges³

Universidade Federal de Ouro Preto, Mariana, MG

RESUMO

A revista é tida aqui como força de afetar e de estimular potências sensíveis dos sujeitos que com ela interagirem. Considera-se nesse trabalho que a comunicação é uma vontade de vir a ser algo, um constante fluxo de mudança. A revista é uma proposta de sensível com força de sensibilizar, *afecto* e *afectação*. O objetivo é problematizar a comunicação, através da experiência estética, estimulando questionamentos outros, que não os que concluem a comunicação como um começo que busca um fim, e sim como um processo que é fluxo constante, na medida em que os elementos (incluindo os sujeitos) envolvidos em uma situação comunicativa são sempre novos lugares que fazem brotar outros complexos problemáticos, outras potências.

PALAVRAS CHAVE: *afecto*; comunicação; potência; sensível; sujeitos.

1. INTRODUÇÃO

A comunicação não é só fala e televisão. Ela é através e entre os indivíduos cotidianos que se tropeçam pelas ruas, tocando, sentindo, irritando, construindo o outro e o si mesmo. A comunicação é o outro e o si mesmo. É a experiência que permite que eles coexistam e produzam sentido entre si.

A comunicação é uma potência fundamental para a construção social do sujeito, pois, sendo o cerne do processo, é terreno fértil e indispensável para a relação intersubjetiva, através da qual nasce a consciência que um sujeito tem de si mesmo. Os sujeitos são decorrências do processo interativo, constituídos “exatamente na relação de publicização de uma representação, um produto” (QUÉRÉ *apud* FRANÇA, 2006, p.82).

Essa publicização se torna comunicação dialógica através da capacidade dos sujeitos de codificarem e decodificarem mensagens, ou, evocando George Hebert Mead

¹Trabalho apresentado no PT – Comunicação e Inovação (avulso) do XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 3 a 5 de julho de 2013.

² Aluna líder. Recém graduada do curso de Jornalismo

³ Orientadora do trabalho. Professora do curso de jornalismo



(1973), através de gestos significantes, que são gestos que partilham sentido para quem emite e para quem recebe. Mead diz ainda que quando um sujeito vai interagir com outro, antes de emitir significado, ele calcula a possível reação desse receptor. Esse raciocínio foi continuado nos estudos de Erving Goffman, que reitera as considerações de Mead e acrescenta que, além desse desempenho de papéis sociais que se regulam pela possível reação do outro (apresentado como a plateia na obra de Goffman), existe a ordem social. Para Goffman (1975), os gestos significantes não são escolhidos e reconhecidos de forma aleatória e individualista, mas seguem modelos já cristalizados no social. Os sujeitos preferem interpretar papéis sociais que reproduzam e representem valores já legitimados pela sociedade, pois assim diminuem o risco de não serem reconhecidos na interação social, de não serem reconhecidos como sujeitos.

O pensamento desses autores conclui o sujeito como comunicação, já que consideram que ele só se reconhece e nasce na relação interativa, isto é, comunicativa. Essas linhas de raciocínio transformam sujeito e comunicação em um mesmo processo, em uma (com)partilha. Porém, vale pontuar que não é possível pensar os sujeitos em comunicação apenas a partir de suas faculdades racionais, de sua capacidade para entender uma mensagem. Codificá-la e decodificá-la. Embora Goffman e Mead tenham levado em consideração o processo não-consciente durante a relação intersubjetiva, ainda é incipiente a importância dada a esse aspecto humano. O sujeito na relação inter-humana é estimulado também por outros anseios mais difíceis de mensurar que o desempenho social e a escolha de papéis, visto que as forças inconscientes propulsoras do sujeito ainda se caracterizam pelo mistério e, em alguns casos, quase que por um tabu, daqueles que causam medo por sua estranheza. Ainda que explorada em algumas áreas do conhecimento, essa pulsão impensada que acompanha o sujeito muitas vezes é enquadrada como lirismos de rara relevância para estudos científicos.

Sustentando ainda a ideia de sujeito=comunicação, Martin Buber(1982) também atribui à relação interativa a condição para a existência do sujeito, porém Buber apresenta a interação como um encontro atravessado por qualidades sensíveis dos sujeitos. É preciso mais que consciência do desempenho de papéis sociais para o Eu se abrir para o outro. “Quando olhamos para alguém, quando lhe dirigimos a palavra, é com um movimento natural do corpo que a ele nos voltamos; porém, na medida do necessário, quando a ele dirigimos a nossa atenção, fazemo-lo também com a alma” (BUBER, 1982, p. 56).



“A alma mora no ponto onde o eu se decide” (SERRESapudBORGES, 2008, p. 14). A alma, os afetos, o sensível, o inconsciente. A experiência do encontro acontece em função da constante busca pelo outro, que por sua vez só acontece através de *afectos*, entendidos aqui como desejo afirmativo de vir a ser algo. Sujeitos são seres desejantes, produzidos no processo. O sujeito é o processo. É produção e produto de desejo em um mesmo momento. O sujeito é o acontecimento entre sujeitos, é comunicação que não cabe em um emissor ou em um receptor, pois não pode pertencer, posto que é fluxo contínuo. Podemos dizer que o sujeito=comunicação é um *devoir*⁴. É um movimento de se tornar algo. E se tornar algo, não significa se transformar nesse algo, mas compartilhar da potência desse algo, contrair sua força de ser, em um processo que não está aprisionado no próprio sujeito ou em um suporte de comunicação. O sujeito enquanto *devoir* é intensidade impessoal, não pertence à subjetividade de um ou de outro, pois é processo afora da interioridade.

Um mundo fantástico me rodeia e me é (...) Sou uma fruta roída por um verme. E espero a apocalipse orgásmica. Uma chusma dissonante de insetos me rodeia, luz de lamparina acesa que sou. Exorbito-me então para ser. Sou em transe (...) Nesta densa selva de palavras que envolvem espessamente o sinto e penso e vivo e transforma tudo o que sou em alguma coisa minha que no entanto fica inteiramente fora de mim. (LISPECTOR, 1998, p. 61-62).

Sujeito=comunicação pode ser apresentado nesse contexto como *projéctil*⁵, como potência impessoal disparada que se dinamiza com outras potências, em um processo afugentado da interioridade dos sujeitos ou produtos envolvidos. Os *projécteis* são *afectos*, quando disparados não tem alvo certo e podem chegar a um *superjéctil*⁶ e deixá-lo sem qualquer efeito. Entretanto, esse alvo, *superjéctil*, não é o fim do processo, mas potência para outro *devoir*.

Não, não estamos falando de “público-alvo”, o preferido dos marqueteiros. Falamos de um sujeito (*um* que é *vários*) que pode ou não ser afetado por um *projéctil* em particular ou pode ser apenas atravessado por ele sem se deixar abater, um *devoir-sujeito da arma*

⁴“Devoir é fluxo, ‘é a transformação incessante e permanente pela qual as coisas se constroem e se dissolvem em outras: o vir a ser’ (WATTS,apud CURI, 2006: 151), mas que em Deleuze é mais um *deixar de ser* do que um *vir a ser*. Deixa-se de ser alguma coisa para se tornar outra, em fluxo constante, que remete a um *não ser* e um *não ser ainda*.” (BORGES, 2008, p. 204).

⁵“*projéctil* pressupõe sempre algo que o dispara (não uma posição ou algo de onde é disparado, pois “não há um termo de onde se parte, nem um ao qual se chega ou se deve chegar.” – DELEUZE e PARNET,1998: 10) mas nem sempre implica um alvo, um sentido, uma direção.” (BORGES, 2008, p.125)

⁶*Superjéctil* é o sujeito que consegue transcender sua interioridade



que encontra um *devoir-arma do sujeito*. Aqui o alvo não é o fim, mas o meio de onde brotam as sensações (BORGES,2008, p.54).

2. OBJETIVO

A revista tem como objetivo apresentar a Comunicação como força dialógica, encontro de sujeitos e objetos que são desejos em fluxo e em interação. A proposta da revista e dessas reflexões sobre, sugerem colocar em xeque o que é comunicar e por quais processos isso deve ser realizado. Aqui se defende iniciar essa reflexão adormecida, a partir da experiência sensível com a revista, considerando os sujeitos como o próprio ato de comunicar, já que ambos existem a partir de suas vontades e potências de poderem *afectar* e serem *afectados*, de desejarem vir a ser algo. A experiência comunicativa oferecida na revista tem a finalidade de devolver a potência sensível pouco estimulada nos sujeitos e despertar os *superjécteis*, através de um fluxo de *devires*.

A questão que quero deixar aqui, trazendo essas considerações para o lugar da Comunicação Social é se as práticas e teorias dessa área do conhecimento apreendem o sujeito enquanto *projectil*, disparo de potências e *afectos*, ou se a Comunicação Social ainda tem o sujeito apenas enquanto sujeito sem potência, sem *devoir*, que não é *superjéctil*. E ao mesmo tempo, questiono se a Comunicação Social já é capaz de lançar não produtos, mas *projecteis*, coreografados por *devires*.

Um homem do povoado de Neguá, no litoral da Colômbia, conseguiu subir no alto do céu e na volta contou: disse que tinha contemplado, lá de cima, a vida humana e disse que somos um mar de foguinhos. O mundo é isso revelou: um monte de gente, um mar de foguinhos. Não existe dois fogos iguais. Cada pessoa brilha com luz própria, entre todas as outras. Existem fogos grandes e fogos pequenos, e fogos de todas as cores. Existe gente de fogo sereno, que nem fica sabendo do vento e existe gente de fogo louco, que enche o ar de faíscas. Alguns fogos, fogos bobos, não iluminam nem queimam. Mas outros... outros ardem a vida com tanta vontade que não se pode olhá-los sem pestanejar, e quem se aproxima se incendeia⁷.

Esse trabalho intenciona a Comunicação Social não como fogo bobo, que não ilumina nem queima, mas daquele que arde a vida, incendeia. A Comunicação Social como desejo de potência. “(...) devires que transbordam daquele que passa por eles, que

⁷Eduardo Galeano em entrevista ao programa *Sangue Latino*. Disponível em:
http://www.youtube.com/watch?v=w8rOUoc_xKc

excedem as forças daquele que passa por eles.” (DELEUZE *apud* BORGES, 2008, p.101).

3. JUSTIFICATIVA

O produto toma relevância por ser *projéctil*. Por buscar transcender o comum e vencer a ideia de inércia-reposo, atribuída a alguns produtos e sujeitos da Comunicação Social, entrando assim em inércia-movimento, produto que é produção e potência sensível.

Minha produção-revista é, acima de tudo, um *virtual*⁸, pois acontece como um fluxo de *devires*, um movimento contínuo de potências em dinâmica que busca mudança. Um exemplo de Pierre Lévy cabe aqui para justificar a revista como *virtual*: “a árvore está virtualmente presente na semente” e “o problema da semente, por exemplo, é fazer brotar uma árvore” (LÉVY *apud* BORGES, 2008). A revista *FIO* é uma semente que abriga potência. Uma problematização sensível, uma produção que não é uma resposta instituída e sim uma interrogação, um outro ponto de partida para perceber a realidade. Uma tendência de *devenir*-outro.

A revista entra em processo de *virtualização* através do disparo de *afectos* que encontra um alvo com potência de outros disparos, criando assim um fluxo contínuo de problematização e produção sensível.

4. MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

O processo de elaboração e construção foi acontecimento através e fora de mim, uma experiência de sentir.

O sentir me restitui aquilo que lhe emprestei, mas é dele mesmo que eu o obtivera. Eu, que contemplo o azul do céu, não sou *diante* dele um sujeito acósmico, não o possuo em pensamento, não desdubro diante dele uma idéia de azul que me daria seu segredo, abandono-me a ele, enveredo-me nesse mistério, ele “se pensa em mim”, sou o próprio céu que se reúne, recolhe-se e põe-se a existir para si, minha consciência é obstruída por esse azul ilimitado.(MERLEAU-PONTY *apud* SANTAELLA,2012, p.29).

A revista é como uma apropriação de tudo que é em mim e fora de mim, mesmo porque, essas duas experiências se confundem. Lúcia Santaella(2012, p.29), ainda de

⁸“(…) o virtual é como o complexo problemático, o nó de tendências ou de forças que acompanha uma situação, um acontecimento, um objeto ou uma entidade qualquer, e que chama um processo de resolução: a atualização.” (LÉVY, 1996, p 16 *apud* BORGES 2008, p.37)



acordo com o pensamento de Merleau-Ponty, diz que “O sentir vem da coexistência com algo, de abrir-se a esse algo e torná-lo nosso, antes de qualquer reflexão ou ato pessoal”. Em outros dizeres, “sentir é uma atividade anônima com final em aberto, anterior e pressuposta por nossa existência pessoal”(SANTAELLA,2012, p.29).

Atrevo-me a dizer: sentires=*devires*. E reitero que essa revista é um *virtual* produzida com meu sentir. Nesse processo de *virtualização* compartilhei da potência de tantos outros que não sou eu, mas que se tornaram durante. Renata-Camila-Mirela- Ellen-Luma-Vanessa-Fani-Natália-Paulo-Beatriz-Priscila-Rafaela-Renato-Álvaro- Marcela- Salette- Yan- Carol- Estevão- Edilene-Sindri-Raísa-Baba-Júlia. Permito-me nesse momento fazer as devidas referências a essas potências que dispararam junto comigo esse *projéctil*. Ali eles se pensaram em mim, e eu me pensei em todos eles.

Falo sempre no plural, porque não se trata aqui da tese da lucília como ser uno, mas da tese de uma multiplicidade de “cabeças” (ainda que em profunda solidão), as visíveis e as invisíveis, aquelas que aqui estão nas n citações devidas (ou indevidas), na bibliografia lida ao acaso dos desejos, e aquelas que não se sabe quem são ou porque não se lembra, ou porque numa estranha mestiçagem se tornaram um duo ou um poli sem nome, sem referência. Como diria Deleuze, é uma solidão extremamente povoada, povoada de encontros, os quais desejanamente foram aqui agenciados (BORGES, 2008, p.18).

A revista é um poli sem nome.

A revista não é uma produção estética, no sentido de busca pela essência da beleza ou de outra coisa qualquer. Não me agrada essa estética aprisionada na contemplação das obras de arte. Entendo a revista como estética só se entendermos por estética uma experiência sensível. Como outra potência. Arte afugentada do conceito-arte. Acredito na revista como *devir-estética*.

Esse *devir-estética* se torna aparente como matéria- informada- revista. Forma e matéria aqui são apresentadas no sentido sugerido por Vilém Flusser (2007), em “O mundo codificado – por uma filosofia do design e da comunicação”. Segundo o autor, a matéria só se torna aparente quando a forma se impõe sobre ela. Quando a matéria contrai sentido de ser. Matéria informada que se torna fenômeno.

No que se refere aos processos para tornar a matéria um fenômeno, Flusser traz o design como exemplo, e eu também farei uso desse, já que usei esse método para meus *afectos* se manifestarem em revista.

E se a forma for o “como” da matéria e a matéria for o “o quê” da forma, então o design é um dos métodos de dar forma à matéria e de fazê-la aparecer como aparece, e não de outro modo. O design, como todas as expressões culturais, mostra que a matéria não aparece (é inaparente), a não ser que seja informada, e assim, uma vez informada, começa a se manifestar (a tornar-se fenômeno). A matéria no design, como qualquer outro aspecto cultural, é o modo *como* as formas aparecem. (FLUSSER, 2007, p.28)

5. DESCRIÇÃO DO PRODUTO

Estendendo o design ao que é específico da revista, escolhi não seguir a estrutura fixa do grid⁹, pois entendo o grid como forma de aprisionamento da criação. De acordo com Timonthy Samara (2007), para alguns designers gráficos o grid é fundamental para o processo de trabalho, dá precisão, ordem e clareza. Mas, “para outros, é símbolo da opressão estética da velha guarda, prisão sufocante que atrapalha a busca de expressão” (SAMARA, 2007, p.9). Eu segui essa corrente dos “outros”, pois acredito que,

Às vezes, o conteúdo tem uma estrutura interna própria que nem sempre o grid consegue esclarecer; às vezes, o conteúdo deve ignorar totalmente a estrutura para criar tipos específicos de reações emotivas no público-alvo; às vezes, o designer simplesmente quer um envolvimento intelectual mais complexo do público, como parte de seu contato com o objeto. (SAMARA, 2007, p.120)

Penso que meu *projétil*, de certa forma, seria mais técnica do que potência se eu tivesse me obrigado ao grid, e assim, já deixaria de ser *projétil*, e seria produto.

Ainda sustentando a ideia de um *projétil*, justifico minha opção por uma revista mais visual que verbal. A prioridade dada a imagem se deu pela intenção de afetar o sujeito-*superjétil* por suas capacidades sensíveis pouco exploradas pelos produtos comercializados nos meios de comunicação.

Procurei produzir e expor imagens (entre desenhos e fotografias) que não sejam apenas ilustrações de ideias e “realidade”, mas que sejam *devires*, no sentido de não serem uma resposta já instituída ou uma representação concluída, mas sim uma vontade de ser, a partir do momento em que estiverem em relação com o que lhes recebe e potencializa. *Superjéteis* que considero os receptores.

Entre uma matéria e outra, criei lugares de respiro, passagens descarregadas de elementos visuais, para que a sensação percebida em uma matéria se dissolva e, em processo, transforme-se na próxima matéria.

⁹Grid -princípio organizador do design gráfico



O nome *FIO* é fio que conduz. Leva algo, projeta. Fio condutor de eletricidade, condutor de força de algo para algo, sendo esse algo-alvo aquilo que entra em contato com a revista, o público-alvo (ainda visto como *superjéctil*). Como já dito, é difícil saber qual alvo os *afectos* vão encontrar e se ao encontrarem serão percebidos da forma da minha intenção. Mas o relevante aqui é entender que, se houver encontro, haverá potência.

Difícil mensurar os efeitos de recepção, porém, se tratando da revista-matéria-informada, estabeleci um plano de distribuição. A *FIO* não seria direcionada a pessoas ou grupos específicos, mas a lugares. O filtro usado para distribuição da revista não seria a classificação de receptores aptos ou não a consumirem o produto, mas lugares aptos a contextualizar a distribuição. Por exemplo, a *FIO* poderia ser distribuída durante uma Bienal, que recebe dos críticos de arte aos alunos da rede pública, que embora ocupem lugares simbólicos sociais e culturais distintos, compartilham ali o mesmo contexto, o de experiência sensível. Então, a distribuição seria pensada a partir de circunstâncias que contextualizem a distribuição da revista, e não a partir da classificação de um público-alvo específico. Por exemplo, a revista poderia ser distribuída em museus e espaços de arte e cultura que possuem projetos educativos e em organizações não governamentais. É importante deixar claro que a revista não tem pretensão comercial.

Essa edição seria a primeira de uma série de revistas. Todas as edições seriam temáticas, assim como essa o é. A escolha por edições temáticas se deu em função da possibilidade de desdobrar um mesmo assunto em vários e descobrir esse tema sob vários olhares.

Essa edição carrega o sujeito para o centro das circunstâncias e o lança em diferentes pontos de vista. Não existem editoriais, numa tentativa de não engessar a revista. São lugares de se olhar. Cada matéria é uma forma de sentir o sujeito, sentir ainda no sentido de *devir*.

A capa dessa edição, assim como das (possíveis) próximas, é livre de chamadas das matérias e de quaisquer outras palavras. As duas exceções são o tema da edição com o número correspondente, e o nome da revista. Tanto nessa, quanto em possíveis futuras edições, esses dois elementos estarão dispostos na capa de maneira a dialogar e se misturar com a imagem escolhida.

Todos os créditos de matérias e fotos foram colocados no final da revista, e não em suas matérias respectivas. Essa medida foi tomada para que esses elementos não



carregassem as páginas, ou “poluíssem” as imagens. Outro fator relevante é que todas as fotos foram tiradas por mim, e três dos seis textos foram escritos também por mim. Ficaria redundante colocar meu nome em cada matéria. Repetitivo.

Ao todo são seis matérias, seis olhares sobre o sujeito, desdobrado em suas concretudes e sensações. A cada matéria o leitor se aproxima de uma ideia de sujeito e tal ideia é trabalhada tanto verbalmente quanto visualmente. O jogo verbal/visual perpassa toda a revista e convida o leitor para uma leitura fundamentada na experiência sensível.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A hipótese que tem me norteado é que, em tempos de mutação, há que ficar perto dos artistas. Pelo simples fato de que, parafraseando Lacan, eles sabem sem saber que sabem. Semelhante a este, há um dictum de Goethe que vale a pena mencionar: há um empirismo da sensibilidade que se identifica muito intimamente com o objeto e assim se torna, propriamente falando, teoria. É, de fato, uma espécie de teoria não-verbal e poética que os artistas criam na sua aproximação sensível dos enigmas do real. Por isso, sou movida pela convicção de que, nesta entrada do terceiro ciclo evolutivo da espécie (argumento de Donald, 1991), temos de prestar atenção no que os artistas estão fazendo. Pressinto que são eles que estão criando uma nova imagem do ser humano no vórtice de suas atuais transformações. (SANTAELLA, 2003, p. 31)

A revista é meu argumento em defesa de que a arte (entendida aqui como experiência sensível) é uma potência digna de maior relevância na Comunicação Social, pois a arte se manifesta através dessas forças impessoais que não nominamos e que podem romper com a inércia-reposo recorrente na Comunicação Social. Disse MEDINA(2008, p.62), “ por certo não são os comunicadores que avançam nas rupturas. Este é o privilégio da arte”. Nesse sentido, que sejam os comunicadores também artistas.

Arte não tem pensa:

O olho vê, a lembrança revê, e a imaginação transvê.

É preciso transver o mundo

Manoel de Barros



REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BORGES, Lucília. **Design Desejante: A dobra como espaço e(ntr)e**. Tese (doutorado em Comunicação e Semiótica) – Pontifícia Universidade de São Paulo, São Paulo, 2008.
- BUBER, Martin. **Do diálogo e do dialógico**. São Paulo: Editora Perspectiva, 1982.
- DELEUZE, Gilles; PARNET, Claire. **Diálogos**. São Paulo: Escuta, 1998.
- FLUSSER, Vilém. **O mundo codificado: por uma filosofia do design e da comunicação**. São Paulo. Cosac Naify, 2007.
- FRANÇA, Vera. Sujeitos da comunicação, sujeitos em comunicação. In: FRANÇA, Vera; GUIMARÃES, César. **Na mídia, na rua: narrativas do cotidiano**. Belo Horizonte: Autêntica, 2006.
- GALEANO, Eduardo. **Programa Sangue Latino, do Canal Brasil, gravado em 2009**. Disponível em :<http://www.youtube.com/watch?v=w8rOUoc_xKc>Página consultada: 21/03/2013
- GOFFMAN, Erving. **A representação do eu na vida cotidiana**. Petrópolis: Vozes, 1975.
- LISPECTOR, Clarice. **Água Viva**. Rio de Janeiro: Rocco, 1998.
- MEAD, George. **Espírito, persona e sociedad**. Barcelona: Paidós, 1973.
- MEDINA, Cremilda. **Entrevista: o diálogo possível**. São Paulo: Ática, 2008.
- SAMARA, Timothy. **Grid: construção e desconstrução**. São Paulo: Cosac Naify, 2007.
- SANTAELLA, Lucia. **Da cultura da mídia à cibercultura: o advento do pós humano**. Porto Alegre: Revista Famecos, 2003.
- SANTAELLA, Lucia. **Percepção: Fenomenologia, Ecologia, Semiótica**. São Paulo: Cengage Learning, 2012.