

A questão da experiência estética nos debates de epistemologia da comunicação¹

The question of aesthetic experience in the debates on the epistemology of communication

Laan Mendes de Barros

laan.mb@uol.com.br

Doutor em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes da USP, com pós-doutorado na Université Stendhal Grenoble 3. Professor e pesquisador da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” – FAAC-UNESP

Resumo

Nos contornos da epistemologia da comunicação, discutem-se aqui as delimitações fluidas e complexas do campo de estudo da comunicação social e suas intersecções com o universo da estética. Incorpora-se a questão da experiência estética e sua presença nos debates epistemológicos da comunicação no Brasil. Busca-se identificar possíveis contribuições da fenomenologia da experiência estética, com base nos ensinamentos de Mikel Dufrenne e dos referenciais teóricos propostos por John Dewey, Paul Valéry, Luigi Pareyson e Jacques Rancière, aos estudos da comunicação. Para contextualizar essas articulações entre comunicação e estética nos debates desenvolvidos no GT Epistemologia da Comunicação, foi realizada uma breve exploração nos trabalhos que trouxeram tal interseção ao longo dos últimos dez anos.

Palavras-chave: epistemologia da comunicação, experiência estética, arte e comunicação, recepção e produção de sentidos.

Abstract

In the outline of communication epistemology, the article discusses the fluid and complex delimitations of the field of social communication and its intersections with the world of aesthetics. It includes the question of aesthetic experience and its presence in the epistemological debates on communication in Brazil. It tries to identify possible contributions of the phenomenology of aesthetic experience, based upon the teachings of Mikel Dufrenne and the theoretical references proposed by John Dewey, Paul Valéry, Luigi Pareyson and Jacques Rancière, to the studies on communication. To contextualize the articulations between communication and aesthetics in the debates developed in the Working Group on Communication Epistemology, the article briefly explores the works that discussed that intersection over the last ten years.

Keywords: epistemology of communication, aesthetic experience, art and communication, reception and production of meaning.

1. Introdução

Neste texto busco identificar e problematizar a dimensão estética dos fenômenos comunicacionais presentes na cultura midiaticizada contemporânea, de forma a contribuir

para os debates sobre as delimitações de nosso campo de estudo. Trata-se, portanto, de um questionamento epistemológico: Qual a dimensão (ou dimensões) estética dos fenômenos comunicacionais? Que importância tem sido dada à Arte e à Estética na construção de nosso campo de estudos e na formação de comunicadores e comunicólogos? Este artigo não apresenta respostas definitivas sobre

¹ Artigo elaborado a partir de trabalho submetido ao GT Epistemologias da Comunicação do XXIII Encontro Anual da Compós.

esses questionamentos, mas busca recolocar em discussão uma problemática que poucas vezes tem sido trazida para os debates da epistemologia da comunicação.

Os estudos da estética estão presentes em disciplinas dos cursos de formação do comunicador, frequentemente articulados com a produção e os produtos midiáticos, em apropriações e aproximações com o universo da técnica e da prática profissional. Na esfera da pesquisa, a discussão estética comparece em um sem número de estudos de mestrado e doutorado e em grupos de pesquisa institucionalizados espalhados pelo país. No exame das linhas de pesquisa desenvolvidas nos 45 programas de pós-graduação em comunicação do Brasil, é possível constatar que em 20 deles a temática da estética, relacionada à comunicação, está explícita em seus títulos e/ou ementas.

Mesmo no âmbito dos GTs da Compós, em consonância com algumas de suas ementas, são vários os trabalhos que se ocupam dessa problemática, com destaque ao GT Comunicação e Experiência Estética. Mas no GT de Epistemologia da Comunicação, que propõe o estudo das “inter-relações com os campos do saber, mantida a centralidade da comunicação”, são raros os trabalhos que realizam articulações entre comunicação e estética de maneira mais intensa. Mesmo sem ter um mapa completo desse cenário, ou respostas conclusivas sobre o tema, este trabalho apresenta a questão para o debate.

2. Comunicação e artes no GT Epistemologia da Comunicação da Compós

Dentre 100 trabalhos apresentados no GT Epistemologia da Comunicação nos últimos 10 anos, apenas três trazem o termo “estética” em seus resumos, sendo que um deles repete o termo no título e nas palavras-chave. No caso do artigo de Potiguara Silveira Jr., apresentado em 2013, a aparição do termo no resumo é quase acidental, quando o autor faz referência à linha de pesquisa da qual faz parte no PPGCom da UFJF. Seu texto, na verdade, propõe articulações entre comunicação e psicanálise. Já no artigo de Lucrécia Ferrara, apresentado em 2012, a autora projeta “dimensões evolutivas de ordem *estética* e *ética*” (grifo nosso) ao observar que “a comunicação é inerente ao exercício contínuo das relações humanas e das práticas científicas que constituem a emergência da sua consciência” (Ferrara, 2012, p. 13). É também de 2012 o trabalho de Benjamim Picado, intitulado *Dos objetos da comunicação à experiência estética: discursividades estéticas nas teorias da comunicação*, que efetivamente discute articulações entre comunicação e estética, de maneira mais aprofundada. É o único que traz o termo “estética” no rol de suas palavras-chave. No artigo ora apresentado, procuramos dialogar com Picado, tomando por base aquele trabalho de sua autoria. Fazemos isso mais adiante.

Antes disso, pontuamos algumas articulações com outros trabalhos apresentados no referido GT que discutiram, mesmo que de maneira paralela, questões de estética e comunicação.

No primeiro ano aqui estudado, no artigo *Epistemologias na teoria da comunicação de Vilém Flusser*, Michael Hanke (2004) apresenta uma “análise das condições tecnológicas sobre as quais os media colocam a comunicação”, trabalhada por ele como “uma estética dos media orientada pelas ciências humanas”. Essa análise não se dedica aos conteúdos dos media, “mas às questões da percepção estética”, que ele traz de suas leituras de Hoffmann. Já, das leituras de Flusser, Hanke (2004, p. 3) trouxe a ideia da estética como um mecanismo de camuflagem do discurso midiático, como um “método efetivo de desideologização”. Embora o texto fale de percepção estética, a crítica à estetização do discurso midiático esvazia tal dimensão da experiência estética, ao focar atenção no objeto estético e na esfera da poética e não da estética em si, âmbitos que discutiremos mais adiante. É verdade que o autor traz o confronto entre discurso e diálogo e prevê que, “no diálogo, a informação disponível para os participantes é processada e, assim, nova informação é gerada” (Hanke, 2004, p. 6). Mas ele o faz sempre na esfera da poética, sem tratar das mediações presentes nos processos de recepção e produção de sentidos.

A natureza interdisciplinar de nosso campo de estudo é consenso, independentemente da intensidade com que essas inter-relações são compreendidas: como multi, inter ou transdisciplinares². Daí a pertinência do estudo das inter-relações da comunicação com outros campos de conhecimento, como propõe a ementa do GT Epistemologia da Comunicação da Compós. Ainda em 2004, Adriana Braga propôs o texto *Comunicação e transdisciplinaridade – na trilha de Palo Alto*, no qual confronta dois modelos de comunicação: o telegráfico e o orquestral. O primeiro, ligado às ciências exatas, assume uma visão instrumental e concebe comunicação como transmissão. O segundo toma a comunicação como fenômeno social e “concebe cada indivíduo como participante da comunicação, e não o seu ponto de partida ou de chegada”. No texto, a autora observa que a comunicação se dá de maneira multifacetada e assim deve ser pensada. Para Braga (2004, p. 9), “um aporte teórico transdisciplinar parece ser apropriado para a compreensão do contexto interacional e comunicacional”.

2 A esse respeito, vale a leitura de Miguel Moragas Spà (1985, p. 16-17), que se propõe a diferenciar os três estágios. Ele toma o primeiro, a *multidisciplinaridade*, como a colaboração de distintas disciplinas para o reconhecimento de um objeto comum, como justaposição de conhecimentos; entende que a *interdisciplinaridade* já implica a confrontação e o intercâmbio de métodos e pontos de vista, vai mais além de uma mera justaposição de descobertas; já a *transdisciplinaridade* é vista por ele como um estágio ainda não alcançado, que proporia conceitos e teorias comuns às distintas ciências sociais.

Aliás, naquele ano a temática da interdisciplinaridade foi frequente nos trabalhos apresentados neste GT. Os textos de Michael Hanke, José Luiz Braga, Luiz C. Martino e Jairo Ferreira traziam essa característica dos estudos comunicacionais. No ano seguinte, Luiz C. Martino (2005) aprofundou a discussão e questionou a interdisciplinaridade como caminho de dispersão do campo.

De 2006, destacamos o trabalho de Lucrécia Ferrara, *Comunicar e semiotizar*, que, embora não opte pela estética e sim pela semiótica como disciplina de apoio aos estudos comunicacionais, traz para o debate a questão da “instrumentação do signo na geração da relação comunicativa verbal”. Para Ferrara (2006, p. 5, 8), observa-se uma “lógica linear e mecânica do verbal através do qual se inscreve a mensagem que se comunica”; mesmo quando ausente, “impregna uma concepção comunicativa sem alterações e, portanto, fundamentalmente homogênea e basicamente reducionista da tensão comunicativa presente na própria estrutura representativa do signo”. Assim como a semiótica pode abrir novas perspectivas para o estudo dos fenômenos comunicacionais, no que se refere às propriedades do processo sógnico, a estética merece a atenção dos pesquisadores da área, em razão da intensidade e complexidade com que as manifestações artísticas comparecem no espaço da mídia e da própria dimensão estética dos fenômenos comunicacionais. E isso vale tanto para o estudo de boa parcela dos produtos e discursos midiáticos como objetos estéticos, quanto para o estudo dos processos de recepção e apropriação desses produtos e discursos no âmbito da percepção estética.

Em trabalho apresentado em 2007, ao discutir *A linguagem como mediação da intuição*, a partir do pensamento bergsoniano, Regina Rossetti lembra que “o saber intuitivo nos faz participar do ato que se faz e não observá-lo de fora” (p. 13) e nos convida a nos inspirarmos nas artes, que podem nos “dar o sentido de uma linguagem capaz de sugerir o ser mais do que dizê-lo”. Ao problematizar ideias de Lúcia Santaella, ela sustenta que “essa inspiração aponta um dos motivos da convergência entre comunicação e artes na cultura contemporânea como superação da tradicional fronteira entre ciência e arte”. Neste sentido, as reflexões de Rossetti nos desafiam a pensar a comunicação e os contornos de seu campo de estudo para além dos limites da técnica e da lógica objetivista da transmissão, tão presentes na perspectiva econômica e estatística da Teoria da Informação, que projeta a produção de sentidos em um plano linear de codificação e decodificação e busca saídas para os chamados problemas de “ruídos”. Na referida obra de 2005, Santaella indaga: “Por que as comunicações e as artes estão convergindo?”, e observa que na contemporaneidade, plena de hibridações, a produção artística se alinha com a produção comunicacional.

É justamente nesse contexto de hibridações tecnológicas e culturais do fazer comunicacional, aqui articulado

ao universo das artes, que indagamos sobre a necessidade de trazermos para o pensar comunicacional novas perspectivas teóricas e epistemológicas. Se fazem sentido as inter-relações com a semiótica, a pragmática e a ética na constituição teórico-metodológica do campo da comunicação, também farão sentido inter-relações com a estética, vez que “as comunicações e as artes estão convergindo”.

Em 2008, no artigo *Indeterminação; o “admirável”; a crescente comunicabilidade*, Francisco Paoliello Pimenta realizou uma análise de trabalhos apresentados no encontro do ano anterior. E o fez a partir da constatação de que eles traziam, no estudo dos fenômenos comunicacionais, categorias de análise relacionadas à subjetividade, à intuição e à sensibilidade, de modo a apresentar o conceito de “esteticamente admirável”, proposto por Charles S. Peirce, como possibilidade para o entendimento de tais posturas epistemológicas. Para Pimenta (2008, p. 11), “[e]staríamos, então, diante de um fenômeno com qualidades muito vagas, porém percebido como ‘admirável’ por um pensamento coletivo”. E essa percepção do admirável dos fenômenos comunicacionais se dá nos contornos da estética.

Naquele mesmo ano, no artigo *Os meios ou as mediações: qual o objeto de estudo da comunicação?*, argumentávamos que pensar desde a perspectiva da estética “implica valorizar as possibilidades de interpretação, na busca de um melhor entendimento das impressões provocadas pelas expressões artísticas” presentes na mídia (Barros, 2008, p. 12). Já nos chamava a atenção a problemática da percepção estética, aqui retomada.

No ano seguinte, em *A visualidade como paradigma da comunicação enquanto ciência moderna e pós-moderna*, Lucrécia Ferrara volta a discutir questões relacionadas à estética. A partir da leitura de Flusser, ela fala de “cognição dispersa e estímulos afetivos” (Ferrara, 2009, p. 15) e reconhece a dimensão participativa que gera estímulos cognitivos nos processos de recepção e produção de sentidos. Com ela, observamos que no campo das visualidades contemporâneas a experiência estética se desdobra do objeto para a percepção estética, como aprofundaremos mais adiante.

Já Ana Cláudia de Oliveira, em trabalho apresentado ao GT em 2010, fala de “arranjo estético da plástica da expressão”, mas limita sua discussão estética ao objeto estético, ao arranjo “plasmado pelas escolhas do enunciador”, concretizado no composto meio-mensagem. Ao priorizar o enunciado e a enunciação, a autora relega a um segundo plano a percepção estética, que se constitui na outra face da moeda da experiência estética. É fato que, ao final do artigo, ela traz a questão da dinâmica interacional das experiências discursivas, fala da “apreensão estética” e conclui que “as interações discursivas são assim meios e mediações do sujeito contemporâneo” (Oliveira, 2010, p. 17). No entanto, ao manter o foco no plano sintático-

semântico do discurso, parece ficar faltando a dimensão pragmática, que dá corpo à produção de sentidos nos processos de interpretação.

Dois trabalhos apresentados em 2011 merecem ser aqui trazidos, embora não abordem especificamente articulações entre comunicação e estética: *A comunicação entre mediações e interações*, de Lucrecia Ferrara, e *Dispositivos interacionais*, de José Luiz Braga. Ambos lançam luzes sobre a questão da interação no processo comunicacional. Enquanto Ferrara (2011) trata de diferenciar mediação e interação e busca uma distinção epistemológica entre os dois conceitos, Braga (2011) propõe a hipótese de que “‘dispositivos interacionais’ são um lugar adequado para fazer dialogar e tensionar mutuamente conhecimentos” sobre diferentes aspectos do fenômeno comunicacional, problemática que ele volta a trabalhar em anos seguintes. Ferrara (2011, p. 9) configura a interação como um espaço de intermediação, como instância entre locutores. Para ela, a espacialidade midiática “se distingue da natureza física do espaço pela natureza sógnica de seu sentido fluido, indeterminado, ambivalente, interativo”. Tal concepção se alinha com a hipótese de Braga (2011, p. 4) dos “dispositivos interacionais”. Para ele, “o fenômeno comunicacional se realiza em episódios de interação entre pessoas e/ou grupos, de forma interpessoal ou midiaticizada”. Ele recupera a compreensão dialética de Michel de Certeau no que diz respeito à ideia de “dispositivo”, que pode produzir controle e restrições, na linha do que propõe Foucault, “mas também abre possibilidades de contacto, participação, processos lúdicos, assim como experiências corporais e sensuais” (Certeau *apud* Braga, 2011, p. 9).

Entendemos que essas dinâmicas de interação no campo da cultura midiaticizada podem ser tomadas desde a perspectiva da fenomenologia da experiência estética, vez que, nos processos de fruição e apropriação dos produtos midiáticos, a produção de sentidos passa por julgamentos de valor estético, pela identificação do “esteticamente admirável”, como pontuado anteriormente.

Na abertura desta seção, destacamos dois trabalhos apresentados no GT Epistemologia da Comunicação de 2012: *Dos objetos da comunicação à experiência estética: discursividades estéticas nas teorias da comunicação*, de Benjamim Picado, e *A comunicação entre hábito e consciência*, de Lucrecia Ferrara.

O artigo de Picado merece uma atenção especial nesta análise que fazemos. Dentre os 100 trabalhos apresentados ao longo do período analisado, é o estudo que se dedica de forma específica e mais detida às articulações entre comunicação e experiência estética.

Nos estudos da comunicação, a questão da estética tem sido tratada frequentemente desde uma perspectiva instrumental, balizada pela reprodutibilidade técnica dos produtos e processos midiáticos. Isso fica evidente na

formação do comunicador que aprende a tratar a aparência de suas criações como recurso estratégico para a boa transmissão de informações. Neste contexto, o clássico ensaio de Walter Benjamin, de 1936, oferece-nos uma perspectiva ainda válida para pensarmos a dimensão estética dos fenômenos comunicacionais midiáticos para além dos contornos da técnica e das relações lineares entre causa e efeito. Em seu texto “A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica”, o pensador alemão não se prende à negação do avanço da mídia como lugar de produção e circulação de cultura. Ao contrário, ele pensa a experiência estética de forma dialética, problematizando o encontro entre a obra e o espectador, entre o objeto estético e a percepção estética. Benjamin propôs, portanto, ainda antes da crítica à “indústria cultural” instituída por Theodor Adorno e Max Horkheimer, uma leitura estética dos fenômenos artísticos reproduzidos tecnicamente no universo midiático.

O confronto entre Benjamin e Adorno é trazido por Picado em seu artigo de 2012. Ele lembra a crítica “contra as conexões entre arte, técnica e racionalidade instrumental” sustentada por Adorno e outros frankfurtianos e também o “enfrentamento não traumático desta mesma predominância das engenharias técnicas na contemporaneidade”, que tem em Benjamin uma referência.

Para Picado (2012, p. 4), “a constituição de uma discursividade estética no campo da comunicação, pode-se dizer, foi constituída [*sic*] na base de um problema que era apenas parcialmente coligado às matrizes originárias de uma reflexão estética”. E é nessa perspectiva crítica que ele indaga em seu texto: “O que confere dimensão estética aos fenômenos da comunicação?”, indagação que também está na raiz do estudo trazido neste artigo. Picado parte das relações tradicionais entre “estética” e “artisticidade” para sustentar que nos fundamentos das obras de arte “não é a realidade das mesmas que interessa”, mas sim “aquilo que uma certa arqueologia de seu aparecer poderia revelar ao pensamento sobre a ordem de determinações destes objetos” (*ibid.*, p. 5). Mais adiante ele articula as duas dimensões da experiência estética que poderíamos chamar de midiaticizada: o objeto estético disponibilizado no âmbito da mídia e a percepção estética experienciada das dinâmicas de recepção.

Ao considerarmos que os processos mediáticos carregam em si uma dimensão atinente às abordagens estéticas de análise, não podemos ficar restritos à noção de que a mediação é um fenômeno de origem poética: isto quer dizer que seu fundamento não se encontra na ordem das estratégias produtivas que caracterizam sua gênese concreta, mas sim no caráter relacional que é constitutivo de qualquer poiesis que se queira. Ou seja, se sua dimensão estética não é derivada da ordem produtiva dos sentidos da mediação, então esta dimen-

são deve ser examinada em seu caráter necessariamente interacional (Picado, 2012, p. 9).

Vale, portanto, retomar a ideia da experiência estética midiaticizada na perspectiva da interação, de forma a contemplar o encontro da poética com a estética propriamente dita, que se concretiza no tempo-espaço da recepção, marcada por polissemias decorrentes das mediações culturais que balizam as dinâmicas de interpretação e produção de sentidos.

No fechamento de seu texto, Picado discute a “comunicabilidade da experiência estética” e, para tanto, retoma elementos da filosofia crítica de Kant e Lyotard, para falar sobre “o fundamento não cognitivo da sensibilidade e a comunicabilidade do gosto estético” (Picado, 2012, p. 13). A concepção estética da comunicação que ele apresenta “não emerge necessariamente de uma definição sobre os fundamentos poéticos ou artísticos dos objetos da comunicação”. Trata-se, segundo Picado (*ibid.*, p. 15), “de um jogo *fusional*, de temporalidade determinada na própria experiência societária”.

Para completar esta breve exploração nos trabalhos apresentados no GT Epistemologia da Comunicação ao longo dos últimos anos que abordam ou tangenciam questões de estética, destacamos o artigo *Modalidades e derivações da comunicação no mundo da vida: sentidos, experiência e interação*, trazido por Luís Mauro Sá Martino e Ângela Salgueiro Marques em 2013. Interessam-nos daquele estudo as discussões sobre comunicação em uma perspectiva fenomenológica, a partir de Husserl, e sua relação com o “mundo da vida”, como parte da dinâmica relacional que marca o cotidiano das pessoas. Para os autores, “o conceito de comunicação passa a ser pensado como forma relacional de experiências na construção mútua e recíproca de uma realidade na qual se está imerso e da qual também se faz parte” (Sá Martino & Marques, 2013).

3. Experiência estética: *poiesis* + *aisthesis*

A questão da experiência estética está, portanto, presente nos debates epistemológicos da comunicação realizados no Brasil. Mas entendemos que ela mereça maior atenção, para que possa influenciar mais intensamente o pensamento comunicacional brasileiro e a própria formação do comunicador, de forma que ele pense o seu fazer, como comunicólogo, atento às dinâmicas de interpretação e produção de sentidos que acontecem no polo da recepção. Para darmos conta da dimensão estética da comunicação, é preciso que alarguemos nossos referenciais teóricos e, especialmente, que pensemos epistemologicamente sobre a extensão desses diálogos interdisciplinares entre comunicação e artes, comunicação e estética.

No trabalho *Experiência estética e experiência poética: a questão da produção de sentidos*, apresentado ao GT Comunicação e Experiência Estética, em 2012, propusemos uma primeira armação teórica para o estudo dessa interdisciplinaridade, tomando como base leituras da *Fenomenologia da experiência estética* de Mikel Dufrenne e dos *Ensaio de hermenêutica* de Paul Ricœur, articuladas às ideias de *Estética da Recepção*, da Escola de Konstanz, e de *Mediações Culturais da Comunicação*, difundida por Jesús Martín-Barbero (1997 / 2004) e outros autores latino-americanos. Já em 2013, apresentamos naquele GT o trabalho *Experiência estética na cultura midiaticizada: hibridações entre música e história em quadrinhos*, que trouxe em sua armação teórica, além dos autores do artigo anterior, Hans-Georg Gadamer, Jacques Rancière e Josep María Català Domènech.

Retomamos aqui aquelas discussões, com especial atenção às ideias de Dufrenne, que agora são confrontadas com as proposições de John Dewey sobre “a arte como experiência”, de Paul Valéry sobre a incompletude do exercício poético, de Luigi Pareyson sobre a complexidade das relações entre “verdade e interpretação” e de Jacques Rancière sobre o “espectador emancipado”. Na leitura desses autores buscamos paralelos e possíveis articulações com várias das ênfases identificadas nos trabalhos do GT Epistemologia da Comunicação, comentados na seção anterior.

Mikel Dufrenne foi aluno de Alain (Émile Chartier), de quem trazemos dois registros da virada do século XIX ao século XX, que podem nos ajudar a compreender de onde vem a visão ontológica de Dufrenne sobre a experiência estética e sua abertura aos processos de interpretação vivenciados pelos espectadores: Escreveu Alain:

“la plus grande partie des perceptions qui paraissent immédiates sont en réalité le résultat d'une éducation dont la mémoire n'a pas gardé les traces, et qu'avant d'apprendre à penser, nous avons dû apprendre à percevoir”³ (Alain, 1900, p. 747 / Ed. digital, p. 4). E ainda: “Il vaut mieux conclure que le donné est le même pour tous, mais que chacun ne sait pas également bien l'organiser et l'interpréter”⁴ (ibid., p. 754 / Ed. digital, p. 11).

Tais orientações de Alain estão presentes na fenomenologia da experiência estética formulada por Dufrenne, na qual ele extrapola o plano da existência ao adotar a

3 Em tradução livre: “Os sentidos podem nos enganar; portanto, é razoável concluir que, em sua maioria, as percepções que se apresentam de imediato são na verdade o resultado de uma educação da qual a memória não reteve os traços, e que, antes de aprender a pensar, nós tivemos de aprender a perceber.”

4 Em tradução livre: “Pode-se, então, concluir que o objeto dado é o mesmo para todos, mas que cada um irá organizá-lo e interpretá-lo de maneira diferente.”

categoria experiência. Daí o relevo que ele dá à figura do espectador, a quem cabe a interpretação na fruição do objeto, e sua condição ativa no processo de produção de sentidos. O autor não é, assim, o único sujeito da ação, o criador e controlador de todo o processo. Autor e espectador realizam uma operação de colaboração.

Car, s'il est vrai que l'art suppose l'initiative de l'artiste, il est vrai aussi qu'il attend la consécration d'un public. Et, plus profondément, l'expérience du créateur et celle du spectateur ne sont pas sans communication : car l'artiste se fait spectateur de son œuvre à mesure qu'il la crée, et le spectateur s'associe à l'artiste dont il reconnaît l'acte sur l'œuvre⁵ (Dufrenne, 1992a, p. 2).

Existe, portanto, poética na estética. O receptor é mais que um decodificador da mensagem, limitado à ritualística da estética – entendida aqui no sentido da expressão grega de *aisthesis* – que pode indicar uma relação contemplativa do espectador em relação à obra. Da mesma maneira, a poética – do grego *poiesis* – não deve ser entendida como exclusividade do autor-emissor. “O espectador não é somente a testemunha que consagra a obra, ele é, à sua maneira, o executante que a realiza; o objeto estético tem necessidade do espectador para aparecer” (Dufrenne, 1998, p. 82). É neste sentido que afirmamos que existe poética na estética, vez que existe produção de sentidos, de novos sentidos, e não apenas a reprodução dos sentidos já produzidos na poética do autor. O fruidor se apropria da obra, transformando-a em objeto estético, a partir de uma relação de troca, de natureza especular. Neste sentido, como argumentamos no trabalho de 2013, poderíamos tomá-lo como um “expectador”, que tem expectativas em relação à obra, então tomada como objeto, no contexto da experiência estética.

Vale, aqui, distinguir obra e objeto estético. Para Dufrenne (1992a, p. 47):

La distinction entre l'oeuvre et l'objet esthétique ne pourrait être durcie que par une psychologie qui subordonnerait radicalement l'être de l'objet à la conscience, qui ferait de l'objet esthétique une simple représentation, et de l'oeuvre, par contre, une chose. Mais l'expérience esthétique, qui est une expérience perceptive, impose cette évidence que le perçu n'est pas seulement du représenté, et que l'objet est toujours déjà constitué: pas conséquent que l'objet esthétique renvoie à l'oeuvre et en est inséparable.⁶

5 Em tradução livre: “Se é verdade que a arte supõe a iniciativa do artista, é verdade também que ela espera a consagração de um público. E, mais profundamente, a experiência do criador e a do espectador não estão sem comunicação: porque o artista se faz espectador de sua obra na medida em que a cria, e o espectador se associa ao artista do qual reconhece o ato na obra.”

6 Em tradução livre: “A distinção entre a obra e o objeto estético só poderia ser consolidada por uma psicologia que subordinaria radi-

Dufrenne discute experiência estética em uma perspectiva fenomenológica, que insere a criação do objeto estético e sua percepção em um dado contexto. O juízo de valor estético implica o confronto do espectador com a obra. Para Dufrenne (1998, p. 45), a beleza “é uma qualidade presente em certos objetos – sempre singulares – que nos são dados à percepção”. Ou seja, a dimensão do “esteticamente admirável” não se dá sem a experiência da fruição. Não dá para isolar o Belo nos continentes da obra. Ele se efetiva no contexto da percepção. E isso vale também para os fenômenos estéticos mediados.

Essa dependência do objeto em relação ao(s) sujeito(s) não se dá apenas no contexto da fruição, mas, também, no da criação, embora a presença do autor se dilua na própria obra. Como observa Dufrenne (1998, p. 55), “o artista está sempre presente em sua obra e tanto mais presente, quanto mais discreto”. Ele fala pela obra, nela se aliena, vive nela, embora por vezes nem seja notado. Por outro lado, o espectador é imprescindível para a completude da experiência estética. Ele colabora com o advento estético, afirma Dufrenne (1998, p. 59), “não porque o cria, mas porque sempre pode lhe recusar audiência; todavia, sabemos muito bem o que o público dá à obra pela força da admiração”. Ele reforça: “[...] a obra de arte solicita o olhar que a converte em objeto estético; olhar que se verifica constituinte ao se dedicar a ela para realizá-la” (p. 60). Dá-se um diálogo entre espectador e objeto estético, que se configura, assim, em um quase-sujeito.

Ao discutir a intencionalidade estética, Dufrenne se reporta a Husserl para trazer o problema das relações entre objeto e sujeito. Vejamos:

A análise do cogito revela, por um lado, que o sujeito é transcendência, isto é, projeto do objeto; a análise intencional revela, por outro lado, que o aparecer do objeto é sempre solidário com a intenção que visa a esse objeto. A relação do objeto ao sujeito parece, portanto, ser primeira em referência aos seus termos e é essa relação como totalidade e na totalidade, com suas estruturas noético-noemáticas, que se torna o tema próprio da fenomenologia husserliana (Dufrenne, 1998, p. 78-79).

Tais ênfases presentes nas formulações de Dufrenne já estavam presentes em autores que o antecederam, como é o caso de Paul Valéry, que problematiza o processo de produção artístico e literário, visto por ele como algo ina-

calmente o ser do objeto à consciência, que faria do objeto estético uma simples representação, e da obra, ao contrário, uma coisa. Mas a experiência estética, que é uma experiência perceptiva, impõe esta evidência de que o percebido não é somente o representado, e que o objeto está sempre já constituído: consequentemente o objeto estético se refere à obra e dela é inseparável.”

cabado⁷, e discute a produção de sentidos na perspectiva da compreensão. Também de John Dewey, que trabalha a questão da produção de sentidos em uma perspectiva pragmática, que valoriza a ideia de experiência e do texto presente no contexto.

Para Paul Valéry, uma obra nunca está acabada. Ela é como que abandonada pelo autor, que a entrega ao público, por cansaço ou obrigação. É assim que ele se refere ao processo da criação, da *poiésis*, aberta às dinâmicas da interpretação, em seus comentários *Au sujet du 'Cimetière marin'*, texto que ele conclui com o seguinte argumento, já bem difundido:

Não há sentido verdadeiro de um texto. Não há autoridade do autor. Seja o que for que tenha pretendido dizer, escreveu o que escreveu. Uma vez publicado, um texto é como uma máquina que qualquer um pode usar à sua vontade e de acordo com seus meios: não é evidente que o construtor a use melhor que os outros. Do resto, se ele conhece bem o que quis fazer, esse conhecimento sempre perturba, nele, a perfeição daquilo que fez (Valéry, 2011, p. 181).

Valéry aprofunda a ideia de que o exercício poético é sempre incompleto, até por que, segundo ele, “é ilusório querer produzir no espírito de outra pessoa as fantasias de seu próprio” (Valéry, 2011, p. 170). A completude da poética depende da experiência estética do leitor. É assim que ele sugere ao falar do cultivo da dúvida, do escrúpulo e do arrependimento, de forma que “uma obra sempre retomada e refeita adquira aos poucos a importância secreta de um trabalho de reforma de si mesmo” (*ibid.*, p. 173).

Em seu conhecido *Discours sur l'esthétique*, Valéry sustenta que

Il existe une forme de plaisir qui ne s'explique pas; qui ne se circonscrit pas; qui ne se cantonne ni dans l'organe du sens où il prend naissance, ni même dans le domaine de la sensibilité; qui diffère de nature, ou d'occasion, d'intensité, d'importance et de conséquence, selon les personnes, les circonstances, les époques, la culture, l'âge et le milieu⁸ (Valéry, 1939, p. 262).

Ou seja, a experiência estética não está no plano da explicação. Ela se realiza no contexto da fruição, depen-

dendo das pessoas envolvidas e no contexto cultural em que se dá. O escritor francês não trabalha, por certo, na chave da explicação, da mera decodificação do que foi codificado pelo autor de uma obra. Ele aponta a perspectiva da compreensão, como um exercício de constante produção de sentidos por parte de quem se apropria do discurso, que dá a ele novas dimensões e novas formas a partir de seu campo semântico e pragmático. Para Valéry (2011, p. 217), “compreender consiste na substituição mais ou menos rápida de um sistema de sonorização, de durações e de sinais por algo totalmente diferente que é, em suma, uma modificação ou uma reorganização interna da pessoa a quem se fala”. E quem compreende produz algo de novo e não apenas repete. Aliás, como diz Valéry (*ibid.*), “a pessoa que não compreende repete, ou pede que lhe repitam as palavras”.

É nesta perspectiva que insistimos na ideia da percepção estética como componente essencial da experiência estética, que se soma ao objeto estético na construção dos fenômenos dessa natureza. Para além da repetição do que foi estabelecido no campo da poética, a fruição se apresenta como espaço de interação, de efetiva experiência estética. Mais que a explicação do que está posto na narrativa original, da repetição das palavras, vale investir na interpretação do que foi dito, em um movimento semântico-pragmático, que se desdobra em apropriações e produção de novos sentidos. Quando o entendimento extrapola o nível da explicação e alcança o plano da compreensão, plena de polissemias, a produção de sentidos se traduz em verdadeira experiência, em experiência estética.

John Dewey dá ênfase à dimensão experiencial nas dinâmicas de criação e fruição estéticas. Ele se alinha às ideias de Francis Bacon ao estruturar as perspectivas de um pensamento pragmático. Dewey chega a dedicar um capítulo de seu clássico *Reconstrução em filosofia* ao pensador inglês, pai do método indutivo, sustentado na observação e experimentação. Nesse sentido Dewey (1959, p. 66) contesta o raciocínio lógico desvestido de experiência e a acumulação passiva e quantitativa de observações, ao afirmar que “a experimentação ativa precisa forçar os fatos visíveis da natureza a assumir formas diferentes daquelas em que habitualmente se apresentam, e, assim, coagi-los a dizer a verdade sobre si mesmos”. Ele faz uma analogia com o mundo dos insetos para ilustrar sua identificação com o método preconizado por Bacon:

O raciocínio puro, como meio de chegar à verdade, assemelha-se ao labor da aranha que de si extrai os fios de sua teia. Esta, por esmerada e regular que seja, não passa de uma armadilha. A acumulação passiva de experiências – o método empírico tradicional – é como a formiga que se atarefa em correr de um lado para o outro, para colher e acumular pilhas de matérias-primas. O método verda-

7 Questão também presente na ideia de “obra aberta” de Umberto Eco.

8 Em tradução livre: “Existe uma forma de prazer que não se explica; que não se circunscreve; que não fica confinada ao órgão do sentido em que nasce, ou mesmo um domínio da sensibilidade; que difere de natureza, ou de ocorrência, de intensidade, de importância e de consequência, dependendo das pessoas, das circunstâncias, do momento histórico, da cultura, da época e do meio ambiente”.

deiro, preconizado por Bacon, é comparado ao trabalho da abelha que, do mesmo modo que a formiga, reúne materiais do mundo externo, mas, ao contrário deste laborioso inseto, ataca e modifica os materiais colhidos para que possam desvendar seu oculto tesouro (Dewey, 1959, p. 66).

A experiência estética implica, portanto, um processo de apropriação e transformação do objeto estético na dinâmica ativa da percepção estética. Mais que um exercício passivo de contemplação, ou da mera “decodificação” do que foi proposto pelo autor, ele nos sugere uma ação de interação entre obra e espectador. Este se apropria do material criado pelo artista e se dispõe a produzir novos sentidos, a experimentar uma nova poética na experiência estética, na busca por desvendar o que está oculto na obra. E essa interação se desdobra em ação. É assim que Dewey nos propõe que pensemos a “*Arte como experiência*”. Na obra que traz no título essa proposição estética, o pensador estadunidense fala da “experiência” como algo dinâmico, que dá vida à relação do ser humano com o mundo dos objetos e acontecimentos. Para ele,

Experiência, na medida em que é experiência, consiste na acentuação da vitalidade. Em vez de significar um encerrar-se em sentimentos e sensações privados, significa uma troca ativa e alerta com o mundo; em seu auge, significa uma interpenetração completa entre o eu e o mundo dos objetos e acontecimentos (Dewey, 2010, p. 83).

Ou seja, mais do que uma análise sintático-semântica, a interpretação se desdobra em um exercício semântico-pragmático, no qual o texto – ou outra forma de expressão – se realiza no contexto em que se dá a experiência estética. E isso vale, em grande medida, para os processos comunicacionais, tão permeados por componentes estéticos. Para além do que está posto na obra de arte ou nos produtos midiáticos, vale investir nas mediações que ela promove entre interlocutores, entre o ser humano e o meio social em que está inserido. A esse respeito Dewey amplia sua proposta pragmática para além das artes. Para ele, “as artes da ciência, da política, da história, bem como as da pintura e da poesia, todas têm, afinal, o mesmo *material* – aquele que se constitui pela interação da criatura viva com o meio que a cerca” (Dewey, 2010, p. 541).

Luigi Pareyson também dá ênfase ao caráter ativo do processo de interpretação, que ele relaciona à própria construção do conhecimento, que é sempre de natureza ativa e pessoal. Para ele, “o conhecimento humano em geral tem caráter interpretativo”, enquanto “a interpretação tem precisamente caráter produtivo e formativo” (Pareyson, 1993, p. 171-172). O pensador italiano propõe uma

relação dialética entre os movimentos de “receptividade e atividade” no processo de interpretação. Para ele, “o agir humano é sempre receptivo e ativo ao mesmo tempo [...] pois a receptividade que não fosse acolhida em um processo ativo não passaria de mera passividade” (*ibid.*, p. 173). Como ele explica, “a passividade é a recepção sem desenvolvimento, sem reação, sem crescimento”. Se o receptor se limita a repetir, como vimos anteriormente, não se dá interpretação e a efetiva produção de sentidos.

Por outro lado, Pareyson não despreza o objeto estético. Ao contrário, desafia o leitor a desvelá-lo, em uma relação de abertura, carregada de receptividade, mas, também, de atividade, de iniciativa por parte do sujeito da interpretação.

Uma interpretação portanto é tal que sempre subsiste um equilíbrio entre o objeto respeitado e amado pelo fiel interpretante e a atividade que o intérprete realiza, por isso aquele algo que se interpreta não se impõe jamais rigidamente, em uma impenetrável frieza, mas sempre é uma proposta, um apelo, um chamado que se oferece e se dá à abertura do interpretante, e aquele alguém que interpreta não se sobrepõe jamais até cobrir e obliterar o dado, mas sempre constrói livremente desenvolvendo, i. é, interrogando, desvelando, abrindo e revelando o interpretando (Pareyson, 1993, p. 175).

A experiência estética se dá, portanto, em uma relação de interação entre o objeto estético e a percepção estética, como já trouxemos com Dufrenne. E a produção de sentidos que surge dessa relação de interação se renova a cada nova interpretação. Com isso a obra se mantém viva. Em *Os problemas da estética*, Pareyson nos chama a atenção para o caráter de infinidade da interpretação. Segundo ele, “a interpretação ocorre quando se instala uma simpatia, uma congenialidade, uma sintonia, um encontro entre um dos infinitos aspectos da forma e um dos infinitos pontos de vista da pessoa” e, assim, “*deve ser um processo infinito e sempre passível de revisão, sem por isso assumir um caráter de mera aproximação*” e, assim, “*deve ser múltipla e sempre nova e diversa, sem por isso cair no subjetivismo e no relativismo*” (Pareyson, 1997, p. 226). Em *Verdade e interpretação*, ele também enfatiza essa natureza do empreendimento interpretativo, ao afirmar que “compreender significa então interpretar, isto é, aprofundar o explícito para nele colher aquela infinidade do implícito que ele próprio anuncia e contém” (Pareyson, 2005, p. 17).

É nessa mesma perspectiva da interpretação como algo dinâmico e complexo que trazemos, ainda, Jacques Rancière, que acrescenta a dimensão histórica e, como os demais autores aqui citados, investe na valorização do espectador como sujeito dos processos de observação, seleção,

comparação e interpretação do objeto estético, a partir de seu campo semântico e seu universo de representações. Para ele,

O espectador também age, tal como o aluno ou o intelectual. Ele observa, seleciona, compara, interpreta. Relaciona o que vê com muitas outras coisas que viu em outras cenas, em outros tipos de lugares. Compõe seu próprio poema com elementos do poema que tem diante de si. Participa da performance refazendo-a à sua maneira, furtando-se, por exemplo, à energia vital que esta supostamente deve transmitir para transformá-la em pura imagem e associar essa pura imagem a uma história que leu e sonhou, viveu ou inventou. Assim, são ao mesmo tempo espectadores distantes e intérpretes ativos do espetáculo que lhes é proposto (Rancière, 2011, p. 17).

A experiência estética se configura, portanto, em uma relação dialética entre sujeitos (autor e espectador) e objeto estético, que se completa no exercício da percepção. E para que a *estética da recepção*⁹ ocorra em sua plenitude, ela extrapola a mera contemplação e se realiza em algo que poderíamos chamar de “poética da recepção”. Isso vale tanto para os fenômenos artísticos quanto para os fenômenos midiáticos, embora o estado de passividade muitas vezes predomine na postura do espectador frente aos produtos oferecidos pela mídia.

Neste sentido, é importante pensarmos em interação, mais que em transmissão, e na “circulação diferida e difusa” dos sentidos na sociedade, que conta, como nos propõe José Luiz Braga (2006, p. 309), com “dispositivos crítico-interpretativos em um sistema social de resposta”. Precisamos reconhecer as polifonias presentes na mídia. Mas, também, as polissemias presentes na sociedade.

4. Enfim

Quando o processo de interpretação é pensado em uma perspectiva dinâmica e contínua, e não como algo finito ou fechado, é possível articular essas teorizações estéticas aqui trazidas com as ideias de mediações culturais e de cultura midiaticizada. Se as mediações culturais, tal como nos sugere Jesús Martín-Barbero, refletem a dimensão semântico-pragmática da produção de sentidos no contexto sociocultural em que estão os sujeitos da interpretação, é na infinidade dos pontos de vista das pessoas que os objetos estéticos se revelam. Se na cultura midiaticizada, tal como nos descreve José Luiz Braga, existe um

⁹ O termo “estética da recepção” foi proposto pelos pensadores da Escola de Konstanz, na perspectiva da valorização do leitor como experiência criativa.

“sistema de interação social sobre a mídia”, é no contexto social que se concretiza uma recepção plena de atividade.

A questão da experiência estética pode ser trazida, portanto, para os debates sobre comunicação e para a própria formação do comunicador. Especialmente nestes tempos de fragmentação da área pelas especialidades profissionais. Precisamos formar comunicadores comunicólogos capazes de compreender o processo comunicacional em sua integralidade e de valorizar o receptor como sujeito e não apenas objeto de sua ação.

Como procuramos registrar neste trabalho, as inter-relações entre comunicação e estética ocupam lugar de destaque nos estudos de comunicação. A existência do tema, explicitado nos títulos e ementas de quase metade dos PPGs em Comunicação, evidencia isso. Também no percurso do GT Epistemologia da Comunicação é possível garimpar trabalhos que tratam diretamente dessa articulação, ou abordam temáticas a ela relacionadas.

A discussão sobre estética do campo da comunicação pode se estruturar na problematização do tema com diferentes conceitos trazidos nos artigos comentados, tais como: interdisciplinaridade, interação entre sujeitos, comunicação relacional no “mundo da vida”.

Dentre tais trabalhos, mereceu aqui destaque o estudo apresentado por Benjamim Picado, que encara a questão com pertinência e densidade, desde uma perspectiva teórica e epistemológica. Trata-se, por certo, de um trabalho que muito pode contribuir para o alargamento temático que aqui propomos para a pesquisa em comunicação.

A discussão sobre estética do campo da comunicação pode ser, também, estruturada nos referenciais teóricos que aqui trouxemos. Ela se alinha bem com os estudos de recepção, já tão consolidados no campo da comunicação, e com as discussões sobre mediações e midiaticização. Cabe à epistemologia da comunicação problematizar essas articulações e, de alguma forma, direcionar os estudos sobre a dimensão estética da comunicação.

Referências

- ALAIN (Émile Chartier). 1900. Le problème de la perception. *Revue de Métaphysique et de Morale*, p. 745-754, novembre 1900 (VIII^e année). (Edição digital de Bertrand Gibier, in: *Les classiques des sciences sociales*. Disponível em: http://www.uqac.quebec.ca/zone30/Classiques_des_sciences_sociales/index.html).
- BARROS, Laan Mendes de. 2012. Experiência estética e experiência poética: A questão da produção de sentidos. In: XXI ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS. *Anais GT Comunicação e Experiência Estética*. Juiz de Fora, UFJF / Compós, p. 01-13.
- BARROS, Laan Mendes de. 2013. Experiência estética na cultura midiaticizada: hibridações entre música e história em quadros. In: XXII ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS. *Anais GT Comunicação e Experiência Estética*. Salvador, UFBA / Compós, p. 01-25.

- BENJAMIN, Walter. 2011. A obra de arte na época de sua reprodutibilidade técnica. In: Luiz Costa LIMA (org.), *Teoria da cultura de massa*. 8ª. ed., Rio de Janeiro, Paz & Terra, p. 209-240.
- BRAGA, Adriana. 2004. Comunicação e transdisciplinaridade – na trilha de Palo Alto. In: XIII ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS. *Anais GT de Epistemologia da Comunicação*. São Bernardo do Campo, UESP / Compós, p. 01-12.
- BRAGA, José Luiz. 2006. *A sociedade enfrenta a sua mídia: dispositivos sociais de crítica midiática*. São Paulo, Paulus.
- BRAGA, José Luiz. 2011. Dispositivos interacionais. In: XX ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS. *Anais GT de Epistemologia da Comunicação*. Porto Alegre, UFRGS / Compós, p. 01-15.
- DEWEY, John. 1959. *Reconstrução em filosofia*. 2ª ed., São Paulo, Companhia Editora Nacional.
- DEWEY, John. 2010. *A arte como experiência*. São Paulo, Martins Fontes.
- DUFRENNE, Mikel. 1992a. *Phénoménologie de l'expérience esthétique – Tome I – L'objet esthétique*. Paris, Presses Universitaires de France.
- DUFRENNE, Mikel. 1992b. *Phénoménologie de l'expérience esthétique – Tome II – La perception esthétique*. Paris, Presses Universitaires de France.
- DUFRENNE, Mikel. 1998. *Estética e filosofia*. 3ª. ed., São Paulo, Perspectiva.
- FERRARA, Lucrécia D'Alessio. 2006. Comunicar e semiotizar. In: XV ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS. *Anais GT de Epistemologia da Comunicação*. Bauru, UNESP / Compós, p. 01-13.
- FERRARA, Lucrécia D'Alessio. 2009. A visualidade como paradigma da comunicação enquanto ciência moderna e pós-moderna. In: XVIII ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS. *Anais GT de Epistemologia da Comunicação*. Belo Horizonte, PUC-MG / Compós, p. 01-16.
- FERRARA, Lucrécia D'Alessio. 2011. A comunicação entre mediações e interações. In: XX ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS. *Anais GT de Epistemologia da Comunicação*. Porto Alegre, UFRGS / Compós, p. 01-13.
- FERRARA, Lucrécia D'Alessio. 2012. A comunicação entre o hábito e a consciência. In: XXI ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS. *Anais GT de Epistemologia da Comunicação*. Juiz de Fora, UFJF / Compós, p. 01-16.
- HANKE, Michael. 2004. Epistemologia na teoria da comunicação de Vilém Flusser. In: XIII ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS. *Anais GT de Epistemologia da Comunicação*. São Bernardo do Campo, UESP / Compós, p. 01-14.
- LOPES, Paulo Roberto Masella. 2012. A música tensionada entre a logofera e a semiosfera: um ponto de vista heurístico para se pensar a epistemologia da comunicação. In: XXI ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS. *Anais GT de Epistemologia da Comunicação*. Juiz de Fora, UFJF / Compós, p. 01-16.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. 1997. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro, Editora da UFRJ.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. 2004. *Ofício de cartógrafo: travessias latino-americanas da comunicação na cultura*. São Paulo, Loyola.
- MARTINO, Luiz C. 2005. Ceticismo e interdisciplinaridade: paradoxos e impasses da teoria da comunicação. In: XIV ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS. *Anais GT de Epistemologia da Comunicação*. Niterói, UFF / Compós, p. 01-13.
- MORAGAS SPÀ, Miquel de. 1985. *Teorías de la comunicación: investigaciones sobre medios en América y Europa*. 3ª. ed., Barcelona.
- OLIVEIRA, Ana Claudia de. 2010. Discurso midiático como experiências do sentido: por uma tipologia das interações discursivas. In: XIX ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS. *Anais GT de Epistemologia da Comunicação*. Rio de Janeiro, PUC-RJ / Compós, p. 01-18.
- PAREYSON, Luigi. 1993. *Estética: teoria da formatividade*. Petrópolis, RJ, Vozes.
- PAREYSON, Luigi. 1997. *Os problemas da estética*. São Paulo, Martins Fontes.
- PAREYSON, Luigi. 2005. *Verdade e interpretação*. São Paulo, Martins Fontes.
- PICADO, Benjamim. 2012. Dos objetos da comunicação à experiência estética: discursividades estéticas nas teorias da comunicação. In: XXI ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS. *Anais GT de Epistemologia da Comunicação*. Juiz de Fora, UFJF / Compós, p. 01-16.
- PIMENTA Francisco José Paoliello. 2008. Indeterminação; o “admirável”; a crescente comunicabilidade. In: XVII ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS. *Anais GT de Epistemologia da Comunicação*. São Paulo, UNIP / Compós, p. 01-13.
- RANCIÈRE, Jacques. 2011. *O espectador emancipado*. São Paulo, WMF Martins Fontes.
- RICCEUR, Paul. 1998. *Du texte à l'action: Essais d'herméneutique II*. Paris, Ed du Seuil.
- ROSSETTI, Regina. 2007. A linguagem como mediação da intuição. In: XVI ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS. *Anais GT de Epistemologia da Comunicação*. Curitiba, UTP / Compós, p. 01-14.
- SÁ MARTINO, Luís Mauro; MARQUES, Ângela Cristina Salgueiro. 2013. Modalidades e derivações da comunicação no mundo da vida: sentidos, experiência e interação. In: XXII ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS. *Anais GT de Epistemologia da Comunicação*. Salvador, UFBA / Compós, p. 01-17.
- SANTAELLA, Lúcia. 2005. *Por que as comunicações e as artes estão convergindo?* São Paulo, Paulus.
- SILVEIRA Jr. Potiguara, 2013. O revirão e o ciborgue: teoria da comunicação e psicanálise. In: XXII ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS. *Anais GT de Epistemologia da Comunicação*. Salvador, UFBA / Compós, p. 01-17.
- VALÉRY, Paul. 2011. *Varietades*. São Paulo, Iluminuras.
- VALÉRY, Paul. 1939. Discours sur l'Esthétique (1937). Discours prononcé au deuxième congrès international d'Esthétique et de Science de l'Art. *Variété IV*, Nrf, Gallimard, p. 235-265.

Artigo enviado em 18/04/2014.