

Aproximações entre Estética e Comunicação: aberturas possíveis e diálogos entre os conceitos¹

Luis Mauro Sá Martino

Doutor; Faculdade Cásper Líbero, São Paulo, SP, Brasil
lmsamartino@uol.com.br

Resumo

O conceito de “estética” é comumente associado à Teoria da Arte ou ao estudo do Belo. No entanto, pelo menos desde os anos 1990 diversos autores vêm buscando por uma articulação da Estética com noções relativas à Comunicação, de modo a estabelecer uma nova dimensão para o conceito de Estética, que vá além da questão artística e sublinhe a perspectiva relacional. Dentro deste trabalho esta possibilidade é desenvolvida a partir de três processos: (1) situar etimologicamente as noções de “Estética” e “Comunicação”, destacando o componente “comum” presente entre ambas; (2) posicionar a noção de Estética discutida dentro do campo da Comunicação, para que finalmente se possa (3) destacar como a categoria ampliada do estético auxilia a ver a comunicação como processo compreensivo e intersubjetivo.

Palavras-chave

Comunicação. Estética. Teoria da Comunicação. Epistemologia.

1 Introdução

Em um primeiro momento, questões de Estética normalmente são relacionadas à Teorias da Arte, Teorias Literárias ou ainda, ao estudo filosófico do Belo. No entanto, desde os meados dos anos 90 – quiçá até antes, conforme a força da acepção que se queira dar ao termo – nota-se um aumento progressivo na atenção depositada ao tema dentro dos estudos de Comunicação. Dentro desta apropriação, é possível perceber um alargamento acerca da noção

¹ Uma versão anterior deste trabalho foi apresentado na DTI 07, Discursos e Estéticas da Comunicação, do XVI Congresso Ibercom – ECA/USP, março 2015. Agradeço aos pareceristas anônimos de Intexto pelas lúcidas considerações sobre o artigo.

de “Estética” que, para além de sua vinculação específica à Arte, também passa a adquirir espaço e forma como um fenômeno estético – na forma de se pensar a comunicação humana, em seu jogo de sentidos, afetos, sensibilidades e inteligibilidades.

A Estética na Comunicação não se trata especificamente de abordar a dimensão estética presente nas produções midiáticas – o que não seria errado –, mas sim de pensar a comunicação como uma abertura da estética dentro das possibilidades proposicionais de estabelecimento de vínculos interacionais, entendidos aqui a partir do delineamento que vem sendo proposto nos últimos anos por Marcondes Filho (2010, 2012), Braga (2010, 2011) e Ferrara (2013, 2014).

Ao mesmo tempo, ganham destaque pesquisadores interessados tanto na hermenêutica filosófica, explorada por Cardoso Filho (2009) e Leal e Guimarães (2008) quanto aos interessados em desenvolver a proposta de Guimarães (2004), isto é, trabalhar as possibilidades e os lugares da experiência estética dentro da Comunicação, com enfoque particular acerca do que tange questões da vida cotidiana,

Um ponto comum entre esses estudos é o entendimento da Comunicação como um fenômeno ligado à sensibilidade, não necessariamente dependente de um meio técnico – embora a própria concepção de “meio” ou “meio técnico” seja passível de discussão – para sua efetivação, como uma ligação entre seres humanos sem a qual não se estabelece um vínculo comunicacional. É neste sentido que este trabalho busca examinar alguns aspectos que vem sendo sublinhados como importantes na aproximação entre estética e comunicação dentro da área.

Sob uma perspectiva superficial, estabelecer as relações entre os dois conceitos – Estética e Comunicação – podem não parecer necessário. Em um primeiro momento, ao se pensar na polissemia existente para ambos, e em especial nas diversas acepções que lhes cabem tanto no léxico cotidiano quanto na perspectiva de uma apropriação epistemológica, a pretensão de qualquer aproximação poderia parecer difícil ou desnecessária, na medida em que se estaria tratando de domínios separados, conforme o conceito que se faz de Comunicação e de Estética. No entanto, será justamente por conta da polissemia dos conceitos que se poderá propor uma articulação tensional para pensar a Estética sob uma perspectiva comunicacional.

Pensar em uma Estética a partir da Comunicação demanda identificar, ainda que brevemente, a operacionalização proposta na intersecção dos componentes dessa expressão, explicando a primeira pela última no reforço da partícula “da”, o que implica uma relação estética como pertinente ou pertencente ao fenômeno próprio da Comunicação.

Este presente trabalho tem como objetivo delinear algumas das possibilidades existentes no que tange pensar a questão estética a partir de uma noção de Comunicação. A partir de uma investigação exploratória etimológica inicial, o trabalho se elabora a partir de três movimentos: (1) situando etimologicamente as noções de “Estética” e “Comunicação”, destacando seu componente “comum”; (2) posicionando a noção de “Estética” no campo da Comunicação; (3) destacando como a categoria ampliada do estético auxilia a ver a comunicação como processo compreensivo e intersubjetivo.

2 A estética e a interação criativa com o sensível

Em suas utilizações na Grécia antiga, a noção de *aisthesis* não estava originalmente ligada ao campo da Arte. Muito pelo contrário, a Arte era ligada à *techné*, o domínio de uma “capacidade de fazer” vinculada a um sujeito realizador, algo que hoje criaria um campo semântico comum entre “técnica” e “habilidade”. A tradução latina de *techné* *ars*, ainda hoje ecoa na expressão “a arte de fazer algo”. Acompanhando seus desdobramentos semânticos propostos nos estudos lexicográficos de Peters (1983), Gobry (2010) e Magnavacca (2005), percebe-se uma considerável complexidade de elementos de sentidos do termo, e a argumentação que se segue é caudatária desses autores.

A *aisthesis*, por sua vez, pertencia ao domínio da percepção sensível, ao ato da percepção ligada aos cinco sentidos, sem um componente ligado ao belo, ao *kalia*, associado a ela. De fato é possível observar que, ao menos em Platão, as discussões sobre o Belo não estão associadas a sua percepção física, mas sim à sua rigorosa interpretação enquanto ideia. Em função disso, conclui-se que esteja menos ainda ligada a uma apreensão sensível do que quer que seja. Neste primeiro momento, mais do que a um desdobramento vinculado ao Belo, o domínio do estético vinculava-se à fisiologia da percepção sensível. O sentido mais próximo, no caso, seria o da *mimesis*, da imitação produtiva, mas não necessariamente de uma apropriação vinculada à sensibilidade em relação ao Belo ou, em termos contemporâneos, à capacidade de apreciar uma obra de arte (LIMA, L. C., 1983, 1998). Logo, havia uma dimensão cotidiana da estética; longe de se tratar de um momento de fruição que irrompe no cotidiano, o fenômeno estético era parte do conjunto de ações cotidianas vinculadas aos sentidos, parte – seria possível ousar, a partir de Schaeffer (2000) – do componente relacional e comunicativo do cotidiano.

É preciso um lapso considerável de tempo até o momento em que se começa a pensar efetivamente nas relações entre a percepção dos sentidos, a *aisthesis*, e a percepção do Belo.

É com Baumgarten (1993) que o termo parece efetivamente ganhar uma nova dimensão, ligada à arte e a uma percepção que implica a possibilidade de estabelecimento de um tipo de relação entre um objeto e um sujeito observador dentro da qual não é possível verificar uma causalidade, mas apenas uma relação que ocorre de maneira descontínua, assimétrica e irreduzível a um desses polos de atração.

O ponto comum ao se pensar na *aisthesis* como percepção em seu sentido estrito, e a “estética” em seu sentido moderno, parece residir na questão do estabelecimento de uma relação entre elementos previamente desligados – sem, evidentemente, pressupor nenhum tipo de permanência desse tipo de relação.

Seguindo no argumento, identificam-se dois sentidos vinculados à ideia de *aisthesis*. De um lado, a simples sensibilidade dos cinco sentidos para perceber o mundo, e de outro, um processo um pouco mais longo e complexo. A partir deste processo é possível observar um deslocamento para que se pense a estética como um processo que vai além de uma sensibilidade bruta e indiferenciada, mas sim que parte de uma potência de compreensão e diferenciação dessa experiência no contato do elemento percebido com um *logos*.

Tangendo esta perspectiva, delineia-se um componente comunicacional: a Estética é um processo eminentemente relacional. A Estética acaba sendo responsável não apenas por uma simples percepção, mas sim como constituinte de uma das etapas do movimento de intelectação que se processa nos sentidos e no exterior da mente – e que também é na qual estão os processos intelectivos responsáveis pelas “formas”, o *eidos*.

Embora na concepção clássica os sentidos não possam ser falseados, uma percepção pode ser clara ou confusa. A experiência da relação dos sentidos com o concreto, o *empireo*, não pode ser desmentida, mas certamente os juízos, por serem operações mentais de caráter diferente das percepções empíricas, estão sujeitos ao erro e ao engano. Uma das definições clássicas do conceito de Verdade em alguns ramos da filosofia medieval referia-se ao juízo verdadeiro como aquele em que havia uma relação entre a coisa e o conceito, o *adequatio rei et intellectu*, a “adequação da coisa e do intelecto”.

Na medida em que a verificação da plausibilidade dessa adequação demanda um ponto fixo a partir do qual se possa efetivamente elaborar a comparação de tal operação, e que os juízos são evidentemente a peça em análise, parece decorrer que o único espaço apto a ser entendido como confiável para a correta avaliação do *adequatio* seria, de fato, os sentidos, já que as afecções dos sentidos não poderiam ser falsificáveis.

No entanto, essa posição teria a possibilidade de facilmente incorrer em um empirismo radical de consequências solipsistas, de maneira que tudo o que se pode entender como Verdade seria reduzido a uma percepção infalível. Mais ainda, a falibilidade das percepções certamente não escapava à perspectiva antiga e medieval. Embora os sentidos não sejam falseáveis, existia a precaução lógica contra uma excessiva ênfase neles, sob o argumento de que certamente as percepções nem sempre são claras, mas pode acontecer que sejam confusas. Para que sejam classificadas como “confusas” compreende-se que sejam de tal ordem que os sentidos, embora ainda exerçam suas afecções, não consigam registrá-las plenamente por conta da dificuldade intrínseca para que sejam percebidas. É como a incapacidade de ouvir um som específico em um local fechado e ruidoso no qual ecoam milhares de sons ao mesmo tempo – o que chega ao ouvido é uma cacofonia.

É possível ainda que essa percepção seja um objeto de exame e educação: educar a percepção, a educação estética, parece se referir de alguma maneira ao treino para que a *aisthesis* consiga distinguir os elementos presentes nas “percepções confusas” e, portanto, torná-los claros, abrindo caminhos para a elaboração do fenômeno intelectual como um todo.

Desta forma, a *aisthesis* é uma parte fundamental para o conhecimento na medida em que não parece ser apenas, nessa segunda concepção, um elemento canalizador do mundo exterior para a mente intelectual, mas também um elemento mediador da relação entre a mente e a realidade. Assim, a experiência estética, longe de se constituir como um momento inicial separado da inteligência, se determina como indissociável da própria experiência intelectual à qual confere uma de suas dimensões – um tipo de dado que não se submete ao *logos*, mas parece caminhar ao seu lado e, em alguns momentos, até mesmo se opor a ele.

A *aisthesis* enquanto ato de comunicação permite a interação entre grandezas anteriormente díspares, como a mente humana à experiência sensível, onde acopla-se um juízo responsável por defini-la. É na mente que se formam os juízos e o mundo exterior, povoado pelas coisas efetivamente ajuizáveis desde que exista um vínculo de ligação entre elas que permita essa interação. Assim, longe de ser um ato unidirecional no quais conteúdos exteriores são levados à consciência, a estética, apesar de sua concepção inicial um pouco mais passiva enquanto elemento apenas de “percepção”, se revela como o centro de uma relação comunicacional.

A estética se revela inicialmente como uma potência transformada em ato no momento da afecção externa para com o ser que percebe. Nesse momento, há uma passagem da sensibilidade ao sensível. Não há elemento sensível que não se constitua no ato relacional do

encontro entre a potência de uma percepção ainda por vir – a sensibilidade – e sua atualização singular no momento do encontro em si, quando o objeto exterior, aplicado à percepção dos sentidos, atualiza-se como representação na mente humana a partir da qual se realizarão efetivamente os juízos de ordem racional.

Dessa maneira, a Estética se coloca como um momento cronologicamente anterior ao da compreensão – a *aisthesis* precede o *logos*, mas depende deste para que exista a possibilidade de ser entendida. Em função disso, surge outro sentido para *aisthesis*, não mais como sensibilidade, mas agora como “percepção”, onde de alguma maneira ecoam as ressonâncias de um tipo de experiência que, se por um lado transcende o *logos*, por outro não prescinde dele para ser efetivamente entendida como uma experiência do sujeito.

Isso, no entanto, poderia colocar um problema, também apontado por Cruz (1986), Guimarães (2006) e Gomes (2009), que questionam a ocorrência da experiência estética no cotidiano. Dessa maneira, se atualiza um problema que pode ter suas raízes rastreadas até a própria “Estética” de Hegel, que questiona se o fenômeno estético se dá apenas no âmbito de interação com a obra de arte, e se apenas uma poética pode se tornar geradora de uma estética, ou se qualquer fenômeno apreendido pelos sentidos pode ser validado como efetivamente estético.

Em uma das perspectivas hegelianas, o Belo existe apenas onde houve um processo humano de transformação, isto é, quando a natureza é recriada, imitada, pelo ser humano que busca obter um fenômeno sensível que pode ser compartilhado tornado comum neste processo – daí uma perspectiva de Hegel seja justamente pensar o belo artístico, em contraste com o belo natural. A mediação comunicacional humana torna-se, neste caso, o corte necessário para se pensar as formas e as naturezas do que se chama de Beleza, um dos corações da própria experiência estética para Hegel. No entanto, isso não parece resolver a questão a respeito da ocorrência de fenômenos estéticos em circunstâncias distantes do mundo cotidiano. Como é possível perceber mais adiante, essa concepção de Estética como um fenômeno ligado exclusivamente ao campo artístico acaba por desafiar a compreensão do próprio conceito de “Estética” quando contrastada com a perspectiva de se pensar o fenômeno estético em suas relações com a comunicação.

3 Alguns lugares da estética nas aberturas da Comunicação

Os medievais traduziram “*aisthesis*” por “*sensus*”, conservando nessa opção algumas das pluralidades de alcance semântico do original grego. A noção de “*sensus*” se refere ao que

pode ser “sentido”, entretanto há uma ambivalência da palavra que se desdobra em “sentir”, de um lado e “significar”, de outro. A linguagem cotidiana guarda isso como “fazer sentido”.

No conhecimento, o aspecto propriamente físico na visão de “sentir” como “sensação”, completa-se com a operação mental do “sentido” como “significado”, o “fazer sentido”, ou de atribuição de um determinado valor inteligível àquilo que, no encontro com o objeto, a potência do sentido transformou em ato. Magnavacca, afirma que o “sensus” é responsável pela “[...] comunicação do ser humano com a realidade circundante e consigo mesmo.” (2005, p. 619, tradução nossa).

Na perspectiva medieval do *sensus*, a palavra é dotada de um entendimento no sentido de “tornar comum” ou “compartilhar” uma realidade externa com o intelecto. O “tornar comum”, neste caso, parece trazer implícita uma relação presente em todo ato estético – de onde é possível sugerir uma proximidade entre a noção de Estética e determinado conceito de Comunicação (WILLIAMS, 2003, LIMA, V., 1983).

Nesse sentido, é possível notar que desde sua concepção original a noção de *aisthesis* se referia a um componente relacional – a percepção ocorria no momento em se desenvolvia alguma espécie de contato entre determinado dado e o sentido correspondente no corpo humano.

Ao entrar em relação com algo, dava-se a ocorrência do fenômeno estético. O estético, em sua concepção grega, poderia estar dissociado do especificamente Belo, mas desenvolvia-se dentro de uma perspectiva relacional presente em diversos momentos do cotidiano – ou, dito de outro modo, sempre que havia o estabelecimento de algum tipo de relação entre o objeto percebido e o ser humano que o percebia e, nesse processo, poderia se apropriar dele como parte de seu edifício mental.

O sentido desse tipo de apropriação a partir de um componente relacional tornava a *aisthesis* próxima de uma perspectiva de reelaboração do dado aferido, mas na esfera do próprio sujeito: desta forma, o processo de percepção não se desligava propriamente do aparato de sentidos do sujeito no qual se instaurava a relação do que foi recebido, mas também do aparato de pensamentos. Mais do que isso, desenvolvia-se também a própria capacidade de agir a partir desse dado, além do que poderia ser uma interpretação em termos de uma *tabula rasa*.

Na transversalidade de várias proposições feitas por filósofos de enfoques distintos, parece existir certa afinidade entre os pontos de vista estabelecidos no que diz respeito ao *aisthesis* enquanto algo que interfere não apenas nas relações entre sujeito e objeto, criando

algum tipo de ligação entre eles, mas também entre esse sentido da percepção estética e a mente do indivíduo, em quem acabam por serem deixadas “impressões”, “marcas” – o chamado *typos*, que talvez não deixe de estar nas proximidades da tradução medieval de *affectus*, o “afeto”, uma das marcas da experiência estética quando pensada em seu sentido contemporâneo, ligada à forma como uma obra de arte é recebida.

Ao estabelecer um princípio de relação no sentido da Estética, abre-se a perspectiva de pensa-la como o ato de tornar algo comum entre os dois termos – o comum, do latim *communis*, próximo das relações de comunicação. A noção de uma “Estética da Comunicação” parece ser oriunda muito mais do campo da arte do que propriamente dos estudos de Comunicação. Não é o objetivo deste trecho fazer um recenseamento do espaço das questões estéticas dentro dos estudos de Comunicação, algo que demandaria um trabalho de fôlego e escopo consideravelmente maior do que este. Busca-se apenas ressaltar de que maneira se constitui uma perspectiva de abertura da Estética em relação com a Comunicação.

A proposta de uma estética que possa estabelecer elos com o público além do vínculo propriamente estético é amplamente discutida por diversos autores, como Forest (2006), Costa (1999) e Bourriaud (2001). Apesar dos posicionamentos diversos, cuja discussão por menorizada escapa a este texto, é possível perceber a discussão acerca das qualidades da obra de arte no estabelecimento de relações de “comunicação” com um público como um ponto comum para a origem de suas respectivas propostas. Tangencia-se nesse sentido a questão aberta pelas possibilidades das mídias, sobretudo as eletrônicas, e das linguagens e códigos que as envolvem. A Estética, neste caso, é vista como um fenômeno que ocorre sobretudo no campo da arte e, em particular, na relação entre a obra e quem a usufrui.

Neste aspecto, em um texto intitulado “A Estética da Recepção e a Crítica da Razão Impura”, Maria Tereza Cruz (1986) questiona em que medida a expressão não é redundante, na medida em que em um primeiro momento o termo “Estética” faz referência a um fenômeno ligado ao ato da percepção. O momento estético não poderia ocorrer senão no instante da recepção, o que a princípio tornaria a noção de uma “estética da recepção” redundante – uma estética só pode ser efetivada quando há a recepção de algo.

O termo “Estética da Recepção” é oriundo de estudos literários. A área da Literatura foi o primeiro espaço acadêmico a deslocar o foco de análise para o momento de encontro entre o leitor e a obra literária, partindo do princípio de que a experiência da arte não se encerrava na obra, mas na relação entre o objeto e sua contemplação. A sensibilidade – um dos sentidos do grego *aisthesis*, daí de onde “estética” se origina – do leitor ou leitora era fruto da

apreensão da leitura como uma produção de consciência. No entanto, prossegue Cruz (1986), tal perspectiva se mostrava incompleta na medida em que não se tratava de fazer uma equiparação entre a recepção de uma obra enquanto fenômeno estético em si, mas problematizar o fenômeno estético a partir das relações estabelecidas nos caminhos entre uma obra e um leitor – ou, mais ainda, uma leitura, na medida em que várias leituras podem coexistir na mesma pessoa.

Em uma de suas instâncias mais conhecidas, a presença do elemento estético pode ser traçado de volta a Hans Robert Jauss, que propõe que “A experiência primária de uma obra de arte realiza-se na sintonia com seu efeito estético, isto é, na compreensão fruidora e na fruição compreensiva.” (2002, p. 69). O sentido da mensagem se trata de uma complexa negociação entre emissores e receptores, sendo que ambos estão mergulhados dentro do mesmo universo de significados possíveis. Pensar a Estética em sua articulação também pode significar outro caminho, sem relação necessária com a noção de obra artística.

Nesse aspecto, Schaeffer (2000) adota um posicionamento mais radical no que tange à proposição de uma abertura do fenômeno estético para além da questão das obras de arte, indica a possibilidade de pensar a estética nas linguagens utilizadas no cotidiano, em particular àquelas vinculadas às mídias.

Seguindo pelo caminho desta argumentação, o tema da Estética dos Meios ou de uma Estética da Cultura de Massa, poderia ter uma considerável genealogia traçada desde McLuhan (2008 [1965]) até Jenkins (2006). Vale indicar, no entanto, que esse tipo de pesquisa parece ter se constituído de maneira por vezes separada nos Estudos dos Meios e nos Estudos de Recepção empreendidos na área de Comunicação – é possível citar, por exemplo, as coletâneas organizadas por Jacks (2008, 2014) ou os estudos monográficos de Campbell (1971) e de Thorburn (1987) a respeito das condições da relação entre Meio e Percepção.

Jean Caune (1997) parece se aproximar da perspectiva de pensar a questão a partir de uma definição de “comunicação” a partir da qual se retrabalha a noção de “Estética”, destacando o aspecto sensível do ato de comunicar ao qual, e a partir do qual, estão ligadas duas sensibilidades que, em seu encontro, operam de acordo com uma perspectiva estética sem a qual nenhum tipo de relação seria possível.

Ao trabalhar a estética como uma parte do fenômeno comunicacional, Caune (1997) evidencia o aspecto relacional indissociável da Comunicação, diminuindo com isso tanto uma perspectiva de “efeitos” da mídia tanto quanto de uma “teoria do meio” ou do “significado”, que deixasse de lado esse aspecto da comunicação enquanto uma relação criativa entre dois

elementos distintos ligados pela afecção mútua de sensibilidades presentes no ato de comunicação.

De certo modo, essa perspectiva da relação ganha força quando se pensa em uma Estética da Comunicação desenvolvida a partir de uma Estética da Recepção responsável por trabalhar o sentido da criatividade propriamente envolvida no ato estético decorrente de um fenômeno que pode não necessariamente ser artístico, mas estaria igualmente vinculado a essa percepção.

4 A comunicação como formação de vínculos estéticos

A palavra “comunicação”, traçada em uma de suas origens, parece se referir ao grego *koinos*, “aquilo que é comum”. A expressão *aisthesis koinos*, mencionada por Peters (1983) e Gobry (2010), refere-se àquilo que seria um “entendimento comum” ou uma “percepção comum”, no sentido de algo que pertence a todos. A ideia do *koinos*, “o elemento comum”, refere-se a um campo semântico a princípio distante de qualquer acepção que correlacione “comum” e “vulgar”. No caso, trata de algo que é comum porquanto compartilhado, isto é, presente em dois espaços ao mesmo tempo ou que pertence à duas instâncias simultaneamente.

Com os devidos cuidados metodológicos, seria possível derivar disso uma percepção do *koinos* como algo que se dirige ao conceito de “relação”, na medida em que estabelece alguma ligação entre os dois termos que compartilham algo. O “comum”, neste aspecto, poderia ser interpretado como o elemento propriamente dito de constituição de um espaço relacional – é possível supor que, para algo se tornar efetivamente comum, é necessário que exista ao menos um instante de contato entre os dois termos em questão a partir dos quais se estabeleceria uma relação.

Dessa maneira, considerando que o fundamento teórico baseado na argumentação elaborada por Ferrara (2013) a partir da leitura de Martino e Marques (2014), seria necessário fazer uma distinção entre a comunicação enquanto indicador de uma progressividade processual passível de ser eventualmente limitada, e o comunicar, que dentro de sua dimensão verbal, sugere a ação em si. No ato de “tornar comum” está implicada uma ação.

Se entendida dessa maneira, quicá fosse correto afirmar que em todo ato de comunicação está implicado algum tipo de “movimento”, no sentido de haver uma *energeia* responsável pelo ato de estabelecimento da ligação e uma *dynamis* a partir da qual se faz uma determinada ligação. O gesto do comunicar expande-se sempre na direção de uma exterioridade, um estranho – ainda que internalizado – que compartilha um fenômeno naquele momento,

tornando-se parte de uma relação. Nesse sentido, há a circulação de um movimento que talvez se aproxime do que Marcondes Filho (2010, 2012) vem trabalhando como “durante”.

A tradução latina para *koinos* é o *communis*, palavra que conserva em si a raiz de diversas outras palavras, todas vinculadas de alguma maneira à ideia de “tornar comum”, como no sentido original. No entanto, não seria de todo errado indicar que o espaço semântico coberto pelas ressonâncias da palavra *communis* apresenta-se como consideravelmente maior do que aquele do *koinos*, na medida em que pode ser usada para definir tipos bastante específicos de vínculo formados a partir do momento em que algo é tornado comum.

Por “comunidade” pode se compreender um elemento propriamente derivado do ato de compartilhar. ou mesmo a presença vinculadora de algo que é compartilhado por todo um grupo que, nesse ato de dividir algo, torna-se mais forte em seus laços específicos, criando uma “comunidade”, o espaço daquilo que é dividido por quem tem algo em comum (YAMAMOTO, 2014). Aqui, a perspectiva de “comunidade” ultrapassa a noção de “comum” estabelecida de acordo com ideia do *koinos*, de algo que é “tornado comum”, e aproxima-se da *aisthesis koiné*, a “percepção comum” ou “sensibilidade comum”, em que a presença do compartilhado torna um agrupamento humano uma “comunidade”, vinculada exatamente por conta de algum traço comum – e novamente o elemento relacional aparece.

A dimensão comunicativa do sentir compartilhado, ou do sentir em comunidade, a do *aisthesis koiné*, revela-se da mesma forma quando se pensa nas condições da temporalidade do ato comunicacional. Onians (2008) propõe que isso advém de mudanças na estrutura perceptiva do humano decorrente de sua experiência. O “modo de ver” do ser humano da Renascença difere fundamentalmente daquele da pessoa na Idade Média, assim como difere do indivíduo mediado pelos ambientes digitais contemporâneos, como é possível ver em Baxandall (1988), Berg (2009) ou mesmo Jenkins (2006).

Na medida em que os sentidos interagem com um, e não com qualquer ambiente, é de se esperar que suas condições perceptivas estejam acostumadas a um tipo de demanda no campo da informação que torne algumas experiências familiares e outras estranhas, em particular na apreensão específica de determinados modos de ser e de sentir. Nesse particular, Ackerman (2000) mostra como a história dos sentidos é parte inseparável do conjunto da história humana em sua relação com o ambiente que o cerca e, principalmente com a as possibilidades de mudar esse ambiente – na mesma proporção em que se poderia falar de uma mudança, de igual teor, na própria percepção estética.

À primeira vista, a comunidade não é um agrupamento fortuito de indivíduos, mas trata-se de algo estabelecido a partir dos vínculos formados entre eles, das relações que permitem de fato a formação ou ao menos a percepção de que existe algo em comum – alguma coisa que, sem pertencer a ninguém, pertence a todos.

Em sentido próximo, o ato de “estar junto”, a “comunhão”, encontra-se igualmente próxima da noção de *communis*, sendo a tradução de *communio*, “aquilo que é compartilhado” ou, mais ainda, o próprio ato de compartilhar – as ressonâncias religiosas da palavra, além do uso contemporâneo, implicam sua utilização ao menos desde os primórdios do cristianismo para indicar um momento não apenas de reunião, mas também de “contemplação” de algo.

Embora em sua origem religiosa o objeto de contemplação seja o “místico”, a noção de “contemplação”, neste aspecto, aproxima-se da noção de uma estética que não se limita ao componente de percepção ou ao momento extático do que é percebido, mas indica-se, em “comunhão”, a presença de uma possibilidade de estar apto à dividir, isto é, dirigir a sensibilidade para a questão – uma atividade estética para além do ato de percepção do contemplado, na qual se forma um vínculo no qual a atividade estética é, paradoxalmente, produtora. Retomando Cruz (1986), em seu trabalho com os cânones da recepção da obra literária, observa-se a capacidade de reelaboração do momento do fenômeno estético, longe de uma simples “recepção”, o que poderia sugerir alguma passividade ou o simples “transmitir”, de parte a parte, mas como o momento no qual a potência do ato criador torna-se fato.

5 Considerações finais

Procurou-se trabalhar o fenômeno estético como uma parte indissociável do ato comunicacional independentemente do aspecto propriamente midiático no qual ele eventualmente possa encontrar sua objetivação. Nesta perspectiva, pensar em uma Estética da Comunicação não significa trabalhar em termos da concepção da palavra relacionada à arte ou, especificamente, aos critérios de constituição de beleza, talvez nem mesmo ao momento do encontro entre uma “obra” e o sujeito, mas à relação que se forma no encontro entre subjetividades, seus conhecimentos e seus afetos, mediados por um mundo cotidiano com o qual estão em constante interação. Uma Estética da Comunicação, nesse sentido, diferencia-se de uma Estética da Recepção na consideração inicial de que não existe propriamente um momento específico da “recepção” de uma obra.

Dessa maneira, a perspectiva estética no estudo da Comunicação se volta, para a compreensão do fenômeno comunicacional em sua condição de uma contínua reconstrução do mundo ao redor. Trabalhando um breve resgate dos sentidos da palavra “aisthesis”, bem como de “communis”, buscou-se uma aproximação entre os dois que levasse em conta, de um lado, a dimensão relacional da “aisthesis” a partir da qual se ressaltou a condição vinculadora de seus elementos, vínculo esse responsável, em alguma instância, pela possibilidade do estabelecimento de laços – a construção do “comum” como parte do senso de “comunidade”, espaço da Comunicação.

Desse modo, a aproximação entre estética e comunicação procura ressaltar o componente relacional e perceptual da ligação entre os sujeitos, em um contínuo re-definir-se em relação uns aos outros e aos elementos responsáveis por sua constituição enquanto seres em diálogo – nos quais a palavra compreensiva demanda sempre uma condição, do mesmo modo compreensiva, de fala e de escuta.

Referências

- ACKERMAN, M. **A natural history of the senses**. Londres: Phoenix, 2000.
- BAUMGARTEN, A. **Estética**. Petrópolis: Vozes, 1993.
- BAXANDALL, M. **Painting and Experience in 15th Century Italy**. Oxford: OUP, 1988.
- BERG, K. Empathy and movement in Caravaggio's paintings: a neuroarthistorical approach to spectatorship. **Communicare**, Johannesburg, v. 9, n. 1, p. 17-32, 2009.
- BOURRIAUD, N. **Esthétique Relationnelle**. Paris: Les Presses Du Réel, 2001.

- BRAGA, J. L. Uma teoria tentativa. **E-Compós**, Brasília, n. 24, jan./jun. 2012.
- CAMPBELL, P. Communication Aesthetics. **Today's Speech**, Bloomington, summer 1971.
- CAUNE, J. **Esthétique de la Communication**. Paris: PUF, 1997.
- CARDOSO FILHO, J. Dilemas estéticos e hermenêuticos da comunicação. **Revista Logos**, Rio de Janeiro, v. 17, n. 31, p. 19-29, 2009.
- COSTA, M. **L'Estetica Della Comunicazione**. Roma: Castelvechi, 1999.
- CRUZ, M. T. A estética da recepção e a crítica da razão impura. **Revista Comunicação e Linguagens**, Lisboa, v. 1, n. 3, p. 75-67, 1986.
- FERRARA, L. D'A. A epistemologia de uma comunicação indecisa. In: Encontro da Compós, 22., 2013, Salvador. **Anais...** Salvador: UFBA, 2013.
- FERRARA, L. D'A. A comunicação: da epistemologia ao empírico. In: Encontro da Compós, 23., 2014, Belém. **Anais...** Belém: UFPA, 2014.
- FOREST, F. **Ouvre système invisible**. Paris: Harmattan, 2006.
- GOBRY, I. **Le vocabulaire Grec de la Philosophie**. Paris: Elipses, 2010.
- GOMES, M. A. Experiência Estética e Estética da Recepção. **Cadernos do IL**, Porto Alegre, n. 39, p. 37-45, 2009.
- GUIMARÃES, C. G. A experiência estética e a vida ordinária. **E-Compós**, Brasília, v. 1, n.1, p. 1-13, 2004.
- GUIMARÃES, C. O que ainda podemos esperar da experiência estética? In: GUIMARÃES, C.; LEAL, B. S.; MENDONÇA, C. C. **Comunicação e Experiência Estética**. Belo Horizonte: UFMG, 2006.
- JACKS, N. **Meios e Audiências II**. Porto Alegre: Sulina, 2014.
- JACKS, N. **Meios e Audiências**. Porto Alegre: Sulina, 2008.
- JAUSS, H. R. **História da Literatura como provocação à Teoria Literária**. Lisboa: Vega, 2002.
- JENKINS, H. **Convergence Culture**. Nova York: NYU, 2006.
- LEAL, B. S.; GUIMARÃES, C. Experiência estética e experiência mediada. **Intexto**, Porto Alegre, v. 2, p. 1-14, 2008.
- LIMA, L. C. **Mimesis e Modernidade**. Rio de Janeiro: Graal, 1983.
- LIMA, L. C. **Mimesis: desafio ao pensamento**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1998.

LIMA, V. Repensando as teorias da comunicação. In: MELO, J. M. **Teoria e pesquisa em comunicação**. São Paulo: Intercom; Cortez, 1983.

MAGNAVACCA, S. **Lexico Técnico de Filosofia Medieval**. Buenos Aires: Miño y Davila, 2005.

MARCONDES FILHO, C. A Comunicação no sentido estrito e o Metáporo. In: Encontro da Compós, 21., 2012, Juiz de Fora. **Anais...** Juiz de Fora: UFJF, 2012.

MARCONDES FILHO, C. **O conceito de comunicação e a epistemologia metapórica**. São Paulo: Paulus, 2010.

MARTINO, L. M. S.; MARQUES, A. C. S. Aproximações e ambivalências epistemológicas da pesquisa que se constitui entre a comunicação e o comunicar. **Lumina**, Juiz de Fora, v. 8, p. 1-19, 2014.

McLUHAN, M. **Understanding Media**. Londres: Routledge, 2008.

ONIAN, J. **Neuroarthistory**. Yale: Yale University, 2008.

PETERS, F. R. **Léxico filosófico Grego**. Lisboa: Ed. 70, 1983.

SCHAEFFER, J. **Adieu à l'esthétique**. Paris: Universitaires de France, 2000.

THORBURN, D. Television as an Aesthetic Medium. **Critical Studies in Mass Communication**, [S.l.], n. 4, p. 161-173, 1987.

WILLIAMS, R. **Keywords**. Londres: Fontana, 2003.

YAMAMOTO, E. Y. O conceito de comunidade na Comunicação. **Revista Famecos**, Porto Alegre, v. 21, n. 2, p. 438-458, maio/ago. 2014.

Aesthetics and Communication: a preliminary approach towards a conceptual dialogue

Abstract

The concept of 'aesthetics' have been intimately associated with the Arts and studies along the lines of beauty. Likewise, the concept of 'communication aesthetics' have often been associated with some 'communicative' element in works of art. However, in the last twenty years, some thinkers have proposed that the concept of 'communication' should be understood, among other dimensions, as an aesthetical phenomenon. This paper develops this idea by using a threefold argument: (a) it briefly places the notion of 'aesthetics' in Communication Studies; (b) it explores the Greek notion of 'aesthetics' to stress the relational element on it; (c) it stresses the relational in

aesthetics as the key to understand 'communication' as an comprehensive and intersubjective process.

Keywords

Communication. Aesthetics. Communication Theory. Epistemology.

Recebido em 29/04/2015

Aceito em 29/03/2016

Copyright (c) 2016 Luis Mauro Sá Martino. Creative Commons License. Este trabalho está licenciado sob uma licença Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License. Os Direitos Autorais dos artigos publicados neste periódico pertencem aos autores, e os direitos da primeira publicação são garantidos à revista. Por serem publicados em uma revista de acesso livre, os artigos são de uso gratuito, com atribuições próprias, em atividades educacionais e não-comerciais.

