

## **Performance na comunicação, ou por uma comunicação com performance<sup>1</sup>**

Pedro Henrique ANDRADE<sup>2</sup>

Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM-SP)

### **RESUMO**

Este texto, com bases ensaísticas e reflexivas, relaciona os processos de institucionalização das ciências da comunicação e dos estudos da performance, buscando compreender encaixes e identificações entre as disciplinas ao justificar motivações para que elas caminhem juntas do ponto de vista científico, analítico e mesmo empírico, sugerindo que ambas são formas de *olhar e compreender* fenômenos, sendo dimensões importantes para se considerar nas pesquisas realizadas nas ciências sociais.

### **PALAVRAS-CHAVE**

Comunicação; Estudos da performance; Mídia

### **CORPO DO TEXTO**

A comunicação é uma ciência jovem: só após a Segunda Guerra Mundial as iniciativas de pesquisa despontaram “institucionalmente”; bem verdade, ainda vinculadas a outras áreas e campos do saber. Se nos Estados Unidos ainda prioritariamente à política e economia, na Alemanha os estudos estavam genealogicamente mais próximos à Filosofia, a partir de perspectivas consideradas *críticas*. Na Inglaterra, impregnada pelos estudos de/da cultura e antropologia, a comunicação esteve atrelada quase automaticamente aos Estudos Culturais, por exemplo; já na América Latina, podemos considerar que andaram lado a lado a resistência à opressão do Estado, em contextos complexos do ponto de vista político.

Uma das dificuldades em se recortar um objeto específico da comunicação (não que isso seja necessário) nasce, entre outras coisas, pela sua fácil vinculação ao advento das mídias - o midiacentrismo, inclusive, já foi debate bastante acalorado da área durante os anos 2010, por exemplo; na época um grupo de pesquisadores defendiam que a mídia era propriamente o objeto da comunicação, outros, incitavam-se contra esta conclusão, afirmando que isso empobreceria o campo.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho GT12SE - Comunicação, performances e corporalidades, evento integrante da programação do 28º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 15 a 17 de maio de 2025.

<sup>2</sup> Doutorando em Comunicação e Práticas de Consumo na Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM). Bolsista do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq).

Defendemos junto a França e Simões (2017) que o objeto de estudo do campo seria a própria comunicação, entendendo-a enquanto “uma concepção, uma forma de ver, perceber e enquadrar uma ação qualquer enfocando e resgatando sua dimensão comunicacional” (França; Simões, 2017, p. 27). Isso parece-nos trazer mais próximo as iniciativas que acreditam que comunicação é mais que apenas mídia ou artefato material; instrumento - e isso nos ajuda a refletir sobre o segundo tópico com o qual gostaríamos de refletir aqui: os estudos da performance.

Outra iniciativa científica bastante ampla em termos com os quais estamos adaptados e acostumados a partir dos ditames cartesianos, o termo performance não tem tradução no português ou espanhol, tratando-se portanto, de um estrangeirismo. No Brasil, inclusive, ganhou bastante profusão na terminologia usual do mercado financeiro e da cotidianidade dos *coaches* como substituto direto da palavra desempenho; esta significação, no entanto, não nos interessa aqui.

Nascidos no seio vanguardista que permeou o início da década de 1970 eles se constituem em sua maior parte da Antropologia, em uma tentativa de estreitar divisões junto aos estudos do Teatro. (Carlson, 2010) Percebe-se, no entanto, nos últimos anos, um atrelamento dos estudos da performance com outros campos do saber como a linguagem, as artes e a comunicação, em especial partir dos das estéticas, das televisualidades, dos gêneros e sexualidades e da digitalidade dos aparatos de mídia. (Andrade, 2024).

A performance pode captar variadas significações, neste trabalho, no entanto, reivindicamos entendê-la a partir de uma mirada comunicacional. Para nós, a performance não deve ser cooptada por leituras que induzam a uma associação valorativa negativa (como acontece usualmente no senso comum, onde supõe-se que a ideia do que é *performativo* esteja vinculada a um falseamento ou simulacro).

Quando e se fizermos isso pouco torna-se produtivo apropriar-se da performance. Aqui, em nossa proposta buscamos correlacionar seu entendimento a partir de um matriz teórica congregada aos estudos comunicacionais: buscando inferir o que teriam elas em comum além do que já explicitado. Para nós, o mais importante aqui é realizar esta caminhada na tentativa de produzir um conhecimento em contínua construção, naturalmente cambiante - em especial a partir de uma sociedade em midiatização profunda. (Hepp, Hjavard; Lundby, 2010)

Quando Martín Barbero, dos mais importantes teóricos do campo comunicacional afirma em entrevista à Diana Taylor que os estudos da performance são um “espaço teórico, metodológico e estratégico para se refletir a multiplicidade dos conflitos que atravessam o corpo”<sup>3</sup>, o teórico nos sugere pistas para entender a performance a partir justamente das corporalidades, também tão importantes às ciências comunicacionais - o corpo aqui em relação concordante mas também evidentemente conflituosa com as mediações e mediações. Nas palavras do autor espanhol radicado na Colômbia em sua tese de doutoramento, obra transformada em livro apenas em 2018 pela Universidade Javeriana de Quito, o corpo afetaria diretamente a ação; mas não se isenta de lembrar que a linguagem é uma forma de “habitar o mundo, de estar presente” (Martín-Barbero, 2018, p. 114).

Quando a performance corporal e linguística se interpelam, transformam-se em performance comunicacional. Daí a importância de considerarmos frutíferas as interconexões entre comunicação e performance, seja nas investigações tradicionalmente culturalistas, quanto nas abordagens materiais e infraestruturais do pensamento comunicacional, que atualmente também se vinculam fortemente às dimensões plataformizadas e algorítmicas, por exemplo.

Compreendendo que na recepção-apropriação das mensagens midiático-comunicacionais estamos todos imbuídos em um processo de autocompreensão como nos diz Thompson (1995) entendemos que assim também ocorre com as práticas de/da performance ao remodelar horizontes, habilidades, conhecimento, e transformar nossas experiências.

Considerando todo o arcabouço teórico explícito aqui, reiteramos o chamamento para que os campos cada vez mais dialoguem enquanto e a partir de suas similaridades, ainda que elas pareçam excessivamente distintas de maneira incômoda. Se em Sodré (2015), a comunicação se configura enquanto ciência pós-disciplinar, aos olhos de Carlson (2010), caberia interpretarmos a performance sob um ideal de “anti-disciplina”.

Se comunicar e performar são postos em tensão, é porque concluímos que a recepção e as formas de sentir, entender e presenciar são idiossincráticas; pessoais. O mito da passividade na comunicação, já esclarecido por uma enormidade de pesquisas vinculadas aos estudos de recepção, nos ajudam a entender que a construção subjetiva

---

<sup>3</sup> Entrevista concedida à Diana Taylor, em 2002. Na íntegra em:  
<<https://scalar.usc.edu/nehvectors/wips/jesus-martin-barbero-portuguese>> acesso em: 31 de mar 2025

dos sujeitos, suas vivências, realidades e contextos deixam marcas extremamente significativas na forma como se relacionam com o mundo; por conseguinte, em como se comunicam e em como performam a si mesmos em distintos contextos, circunstâncias e temporalidades. Cabe a nós, pesquisadores, estarmos atentos a isso.

Mais do que propor ideais fechados em si, este texto busca considerar a possibilidade de introduzir a performance no campo comunicacional, e vice-versa, de formas variadas e multidimensionais. Seja na interação entre vertentes consolidadas dentro dos estudos, seja a partir de inflexões imaginativas, fabulares, indiciárias que rompam essas consolidações ou mesmo inferindo sobre pistas e trilhas introdutórias que possam servir como chaves de leitura para se pensar uma perspectiva performático-comunicacional, ou, comunicante-performativa.

## REFERÊNCIAS

ANDRADE, Pedro Henrique de Barros Gabriel. **Dinâmicas comunicativas na autoapresentação de adolescentes no Instagram: intimidade, privacidade e visibilidade em performances de si**. 2024. 166 f. Dissertação (Mestrado) – Curso de Pós Graduação em Ciências da Comunicação, Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, 2024.

CARLSON, Marvin. **Performance - Uma introdução crítica**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2010.

FRANÇA Vera; SIMÕES, Paula: **Curso básico de Teorias da Comunicação**. São Paulo. Autêntica, 2017

HEPP, A.; HJARVARD, S.; LUNDBY, K. **Mediatization – Empirical perspectives: An introduction to a special issue**. Communications, v. 35, p. 223-228, 2010.

SODRÉ, Muniz. **A ciência do comum: notas para o método comunicacional**. Petrópolis: Vozes, 2015

THOMPSON, John B. **Mídia e Modernidade: Uma teoria social da mídia**. Petrópolis: Vozes, 1995