



Revista Internacional de Folkcomunicação
ISSN: 1807-4960
revistafolkcom@uepg.br
Universidade Estadual de Ponta Grossa
Brasil

Giménez, Gilberto

Comunicação, cultura e identidade: reflexões epistemológicas 1

Revista Internacional de Folkcomunicação, vol. 16, núm. 36, 2018, -Junio, pp. 13-32

Universidade Estadual de Ponta Grossa

Ponta Grossa, Brasil

DOI: <https://doi.org/10.5212/RIF.v.16.i36.0001>

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=631766334001>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

Comunicação, cultura e identidade: reflexões epistemológicas¹

*Gilberto Giménez*²

RESUMO

Como “ciência de encruzilhada”, a ciência da comunicação tem um estatuto paradoxal no campo das ciências sociais, devido, de um lado, ao seu caráter híbrido e plural; e do outro, pelo fato de que todo ato comunicacional constitui um “fenômeno social total”, pelo qual não se transmite somente uma mensagem, mas também, uma cultura, uma identidade e o tipo de relação social que une os interlocutores. Parte daqui a dificuldade de definir, de modo unívoco, o que é a comunicação. John Fiske distingue, a *grosso modo*, duas escolas a esse respeito: a “escola do processo”, baseada no clássico modelo linear; e a “escola semiótica”, que concebe a comunicação como produção e recepção de significados num contexto cultural. Atualmente, os teóricos da comunicação se fundamentam, cada vez mais, nesta última “escola”, ou tendência, na medida em que sempre tendem a ir mais além do simples intercâmbio de mensagens em suas pesquisas, para adotar o que chamam de uma “concepção transacional”, que incorpora a relação com a cultura e a identidade como capítulos centrais da teoria da comunicação.

PALAVRAS-CHAVE

Comunicação; Cultura; Identidade; Epistemologia; Ciências sociais.

Comunicación, cultura e identidad: reflexiones epistemológicas

RESUMEN

Como “ciencia de encrucijada”, la ciencia de la comunicación tiene un estatuto paradójico en el campo de las ciencias sociales, debido por una parte a su carácter híbrido y plural, y por otra, al hecho de que todo acto de comunicación constituye un “fenómeno social total” por el

¹ Artigo publicado originalmente em espanhol na revista *Cultura y Representaciones Sociales* da Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), vol. 6, n. 11, 2011, pp. 109-132. Disponível em: <http://www.revistas.unam.mx/index.php/crs/article/view/27118>. Tradução de María Isabel Amphilo.

² Doutor em Sociologia pela Universidade de Sorbonne, Paris III. Professor pesquisador titular do Instituto de Investigaciones Sociales da Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM)

que no se transmite sólo un mensaje, sino también una cultura, una identidad y el tipo de relación social que enlaza a los interlocutores. De aquí la dificultad de definir de modo unívoco qué es la comunicación. John Fiske distingue grosso modo dos escuelas a este respecto: la “escuela del proceso”, basada en el clásico modelo lineal, y la “escuela semiótica” que concibe la comunicación como producción y recepción de significados en un contexto cultural. Hoy en día, los teóricos de la comunicación se arriman cada vez más a esta última “escuela” o tendencia, en la medida en que siempre tienden a ir mucho más allá del simple intercambio de mensajes en sus investigaciones, para adoptar lo que llaman una “concepción transaccional” que incorpora la relación con la cultura y la identidad como capítulos centrales de la teoría de la comunicación.

PALABRAS-LLAVE

Comunicación; Cultura; Identidad; Epistemología; Ciencias sociales.

Estatuto paradoxal da ciência da comunicação no campo das ciências sociais

Não se tem refletido suficientemente sobre o estatuto paradoxal da ciência da comunicação no campo das ciências sociais. De fato, de um lado, seu objeto próprio – a comunicação – é coextensiva à sociedade e, como tal, é onipresente, isto é, está presente em todas as partes, em todas as manifestações da vida social. Ou, dizendo de outra maneira: a sociedade, em qualquer de suas escalas e em qualquer de suas instâncias, é simplesmente impensável sem a comunicação. E sob esse aspecto, ela interessa direta ou indiretamente, explícita ou implicitamente, a todas as disciplinas sociais, e não somente à chamada ciência da comunicação.

Mas, por outro lado, a comunicação se apresenta como objeto específico de uma disciplina particular – a ciência da comunicação – que reivindica uma tradição própria, precursores e “pais fundadores” próprios, esquemas explicativos próprios e fronteiras disciplinarias próprias que a distinguem e a contrapõem às demais disciplinas sociais.

Conforme minha interpretação, esta situação paradoxal se explica pelo carácter híbrido da disciplina e por sua vocação natural à pluralização, a qual explica, por sua vez, os intermináveis debates sobre a definição da comunicação dentro do próprio âmbito da disciplina a que nos referimos.

Para ilustrar esta interpretação, nada melhor que revisar a genealogia ou, como diria Foucault, a “arqueologia” desta disciplina, isto é, o processo histórico de sua formação e consolidação como disciplina científica no campo das ciências sociais.

Genealogia da ciência da comunicação

Segundo Jean-Michel Berthelot (2001), as divisões disciplinárias não resultam de uma segmentação “natural” da ordem das coisas, nem de um plano racional de trabalho para o conhecimento dos fatos sociais. São produtos de uma *história* contingente: de uma história das ideias (por exemplo, a filosofia social), da produção social do conhecimento e saberes, e de construção de dispositivos práticos de conhecimento que, apesar de sua constante renovação, continuam vivos na tradição da disciplina.

Conforme o mesmo autor, o desenvolvimento genético das disciplinas está condicionado a três contextos: 1. um contexto pragmático, relacionado aos interesses práticos; 2. um contexto metodológico relacionado à elaboração progressiva de procedimentos técnicos e esquemas de pensamento; 3. e um contexto normativo, constituído pelo conjunto de debates que acompanham sempre o desenvolvimento de uma disciplina.

Apesar da enorme diversidade das genealogias no campo das ciências sociais, todas as disciplinas passam sempre por um momento fundacional ao qual se estabelecem os núcleos disciplinários iniciais (cristalização de práticas e de dispositivos de investigação no primeiro momento da consolidação científica de uma disciplina), segundo um modelo de cientificidade comum, que no caso das disciplinas sociais foi, num primeiro momento, a *razão experimental*, derivada do positivismo, a qual se agregará rapidamente a *razão hermenêutica* e, no caso das ciências de comunicação, a *razão crítica*.

Na sua última fase, o desenvolvimento das disciplinas sociais se caracteriza pela ampliação de seus respectivos domínios e, sobretudo, por sua incontrolável diversificação e pluralização, seja por especialização, seja por hibridação, ou amálgama, conceitos que explicaremos mais adiante. Apliquemos este esquema de análise histórica ao caso específico da ciência da comunicação.

Arqueologia

Conforme Judith Lazar (1992), a genealogia mais próxima da ciência da comunicação se remonta às duas primeiras décadas do século XX e nos remete à Escola de Chicago dessa época, em que três autores fundamentais, relacionados com o interacionismo simbólico e o pragmatismo – George Herbert Mead, Charles Cooley e John Dewey – podem considerar-se como os precursores imediatos da disciplina. De fato, estes autores se interessavam pelo papel da comunicação na vida social, e se propunham beneficiar os estudos sobre comunicação com as contribuições da sociologia aplicada. Além disso, concebiam a comunicação não como simples transmissão das mensagens, senão como um processo simbólico, através do qual se constrói e se mantém uma cultura.

Ancoragem e formação do núcleo disciplinário

O momento fundacional em que se fixa o núcleo disciplinário inicial da ciência da comunicação se situa entre os anos 30 e 40, que é quando entram em cena os “pais fundadores” da disciplina, constituídos pelo quarteto: Paul Félix Lazarsfeld (austríaco, sociólogo-matemático), Kurt Lewin (alemão, psico-sociólogo), Carl Hovland (Yale, psicólogo experimental) e Harold Lasswell (politicólogo).

O dispositivo básico da investigação é o modelo de comunicação elaborado a partir da teoria da informação de C. E. Shanon³, em 1948, e aperfeiçoado por Shanon e Weaver, em 1949. Trata-se do modelo: fonte – mensagem – canal – receptor, em que o conceito central é o de intercâmbio de mensagens (*messaging*) e seus efeitos sobre os receptores. Por isso pode chamar-se, também, “paradigma dos efeitos” (*effects tradition*). O tipo de efeitos buscados pelos comunicólogos na perspectiva deste modelo são as transformações diretas de atitudes, emoções e comportamentos causados pelas mensagens. Este modelo de base será objeto de reformulações sucessivas praticamente até nossos dias, dando lugar ao que John Fiske (2002) denomina “escola do processo”.

O contexto

³ C.E. Shanon, 1948, “The mathematical theory of communication”, Bell System Technical Journal, 27 (10), 379-423, 623-656).

O contexto predominante é o pragmático e se relaciona, inicialmente, com os interesses das empresas, que dominam as novas tecnologias da comunicação à distância, como foram em sua época o telefone de linha (companhia Bell) e o telégrafo.

O contexto normativo é muito recente em ciências da comunicação: entretanto, são cada vez mais frequentes os debates deste tipo nas revistas especializadas⁴.

A razão experimental

Igualmente às demais ciências sociais, neste momento de ancoragem e definição de seu núcleo disciplinário inicial, a ciência da comunicação responde ao modelo empirista, objetivista e quantitativista da *razão experimental*⁵. Isto é, a ciência da comunicação se consolida, fundamentalmente, como uma ciência empírica e quantitativista, sob a liderança de Paul Lazarsfeld. Mas, depois da segunda Guerra mundial aparece um novo modelo de cientificidade, que poderíamos chamar a “razão crítica”, a raiz da entrada em cena da “escola crítica”, de inspiração marxista, constituída pelos membros da escola de Frankfurt: Horkheimer, Adorno, Marcuse e Eric Fromm, entre outros. Estes autores criticam o lado administrativo e quantitativista da escola empírica. Criticam, igualmente, o esquecimento do contexto histórico e cultural, e planejam uma série de perguntas básicas, como estas: quem controla a comunicação?; para quê?; em benefício de quem?

A pluralização

Posteriormente, estas duas orientações básicas se pluralizam e se diversificam de forma incontrolada, até ao ponto em que o grande sociólogo norte-americano, Berelson, anunciava, até fins dos anos 1950, o desaparecimento da ciência da comunicação, como resultado de sua fragmentação anárquica.

⁴ Veja, por exemplo, o debate sobre a cientificidade das pesquisas realizadas neste campo na revista *Communication Theory*, Five: three, August 1995, pp. 273. O debate se dá entre W. James Potter, Roger Cooper e Michel Dupagne, por um lado; e Glen G. Sparks e colegas, por outro. Os primeiros afirmam o caráter pré-científico da maior parte das investigações empíricas realizadas pelos comunicólogos (somente 4.3 % teriam caráter científico), pois não se baseiam em amostras estatisticamente representativas e, portanto, não são generalizáveis. O segundo responde que isso depende dos critérios de cientificidade assumidos e defende, segundo certos critérios considerados mínimos, a cientificidade da maioria dos estudos criticados pelos primeiros.

⁵ “The transmission model reflects an empirical, science-oriented tradition” (Carey: 1989).

O panorama se complica ainda mais com a entrada em cena, também nos anos 60, da semiologia e do estruturalismo (sem falar do pós-estruturalismo), que impactam profundamente à ciência da comunicação. Este novo paradigma introduz uma perspectiva diferente sobre a comunicação, que se define agora como produção de significados, a propósito das mensagens e dos textos, como resultado da interação dinâmica entre estes e a cultura produtora e receptora. De fato, na perspectiva semiológica, tanto os significados, como os significantes, são produtos de uma cultura particular.

Na extensão destas ideias, Roland Barthes introduz a distinção entre “significados de primeira ordem” e “significados de segunda ordem” – a denotação e a conotação -, indissociáveis do contexto cultural. Lévi-Strauss concebe a sociedade como um processo geral de comunicação pelo que se intercambiam palavras, bens materiais e mulheres, entrevendo uma possível relação entre linguística, ciência económica e comunicação. E Roman Jakobson ecoa vislumbrando no futuro uma “ciência integrada da comunicação que abarcaria a antropologia social, a sociologia e a economia”.

Como resultado deste vertiginoso processo de pluralização e dispersão, a ciência da comunicação se apresenta em nossos dias como uma disciplina essencialmente híbrida, descentrada, sem fronteiras precisas e sem esquemas explicativos próprios. De fato, devido à sua posição de encruzilhada de todas as disciplinas sociais, a ciência da comunicação tem recebido o impacto simultâneo, ou sucessivo, da maior parte dos paradigmas e esquemas explicativos, que tem atravessado as disciplinas sociais. É isso que se reflete na sucessão dos modelos de comunicação e de influência na história da disciplina⁶.

Em geral, as teorias da comunicação têm se apropriado de paradigmas e esquemas explicativos tão variados, como a cibernetica, a teoria crítica marxista, a teoria da cultura, a teoria dos sistemas, a linguística, a semiótica estrutural, a análise do discurso, a argumentação, a hermenêutica, as ciências cognitivas e o interacionismo simbólico, entre outros. Mas, alguém pode se perguntar, finalmente, se a ciência da comunicação constitui ainda, um só país, com um centro e uma periferia bem integrada, ou melhor, um arquipélago disperso de disciplinas e subdisciplinas, que só têm em comum o título de “comunicação”, um conceito não unívoco,

⁶ Por exemplo, o célebre modelo “agenda-setting”, de Mc Combs y Shaw (1972), é um modelo de influência ou efeitos a longo prazo. Os autores aplicaram este modelo ao caso Watergate

senão também, análogo devido à enorme variedade de suas manifestações nas diferentes escalas e instâncias da sociedade.

O conceito de hibridação ou amálgama

Mas, com isso não estamos denegrindo, ou desqualificando o estatuto epistemológico da ciência da comunicação, como poderia parecer à primeira vista, dada a conotação negativa, que pode ter a ideia de hibridação, ou mestiçagem, em nossa cultura racista. Pelo contrário, nós vamos sustentar que a pluralização e a hibridação são signos de vitalidade e de boa saúde no campo das ciências sociais; e que Berelson se equivocou em sua apreciação sobre o futuro da ciência da comunicação, porque interpretou como signo de “crise” o que, na realidade, era um signo de vitalidade e de força germinativa.

Para começar, o fenômeno da hibridação afeta, em maior ou menor grau, ao conjunto das ciências sociais, e não só à ciência da comunicação. E, longe de ser uma mancha negativa, constitui uma das chaves do dinamismo, da criatividade e da capacidade de inovação dentro das disciplinas sociais.

O conceito de hibridização, ou amálgama, tem sido proposto por Mattei Dogan e Robert Phare (1991) no marco de sua teoria do “ciclo vital” das disciplinas sociais. Para estes autores, a última fase desse ciclo é, precisamente, a da pluralização e fragmentação das ciências sociais por via do amálgama. Entende-se por amálgama a fusão, recombinação, ou cruzamento das especialidades, ou de setores de disciplinas vizinhas, que têm por efeito principal a circulação de conceitos, teorias e métodos de uma disciplina a outra, sem importar as fronteiras. Não é o mesmo que “multidisciplinaridade”, ou “pluridisciplinaridade”, termos que evocam a mera convergência, ou justaposição de monodisciplinas, em torno a um objeto de estudo comum, mas conservando zelosamente, cada uma delas, suas possíveis fronteiras. O amálgama, por outro lado, supõe e demonstra precisamente a permeabilidade das fronteiras disciplinárias.

Tampouco deve confundir-se com especialização, que supõe a segmentação do objeto de estudo de uma disciplina, segundo diferentes critérios: de escala, de instituições específicas, de fatos sociais particulares, etc. Por exemplo, em ciências da comunicação há especializações segundo as escalas (comunicação de massa, comunicação organizacional, comunicação intergrupal, comunicação interpessoal...); ou também, segundo âmbitos

institucionais, como, por exemplo, a comunicação científica, que em nossos dias se tem autonomizado em forma espetacular, até o ponto de ter revistas próprias e uma organização internacional, também própria, que organiza congressos a cada três anos. A hibridação, por outro lado, implica a recombinação de segmentos de diferentes disciplinas, incluindo as especialidades.

Segundo uma investigação de Mattei Dogan (2000), a maioria das disciplinas sociais são, atualmente, disciplinas hibridizadas⁷. A configuração dos campos híbridos varia constantemente: alguns se têm estabilizado e têm sido reconhecidos, inclusive institucionalmente, p.ex.: a psicologia social, a sociologia política, a ecologia humana, a economia política; mas outros, não têm sido reconhecidos ainda: p.ex.: a cibercultura, a psiquiatria social. A rede de combinações entre disciplinas e subdisciplinas é tal, que parece apagar a velha classificação institucional das ciências sociais.

Mas, o que quero destacar, a propósito de tudo isso, são três considerações básicas:

1) A hibridação, ou amálgama, é uma consequência natural, por um lado, da complexidade da sociedade e, por outro, de uma característica dos fatos sociais, já abordada por Marcel Mauss: todo fato social é sempre um “fenômeno social total”, no sentido de que remete, de um modo ou de outro, a todas as instâncias da sociedade global⁸.

2) Segundo Mattei Dogan, o duplo movimento de especialização e amálgama se dá em todas as ciências, e constitui uma condição necessária para seu desenvolvimento⁹.

3) A hibridação, ou amálgama expõe a permeabilidade das fronteiras disciplinárias no campo das ciências sociais, já que implica a circulação de conceitos, teorias e paradigmas de uma disciplina a outra.

Conscientizar-se deste último é de grande transcendência para a pesquisa, porque estimula a criatividade e a capacidade de inovação dos científicos sociais, sem o tabu das

⁷ Se consideramos – diz – 12 das disciplinas sociais mais consolidadas e as cruzamos entre si, obteríamos 144 células. Bem, as $\frac{3}{4}$ partes dessas células já estão ocupadas por especialidades hibridas que gozam de certa autonomia. Existem recombinações de segunda, de terceira e até de quarta geração. Basta considerar, por exemplo, as origens disciplinárias múltiplas da ciência cognitiva, da investigação ambiental e do planejamento urbano.

⁸ Em certo sentido, em uma formação social “tudo está em tudo”, e as distinções que fazemos são quase sempre distinções analíticas.

⁹ Para as “ciências naturais”, por exemplo, é um processo óbvio. Hoje em dia quase já não encontramos tratados gerais de Química ou de Biología, mas apenas textos de disciplinas híbridas como bioquímica, neurofisiologia, neuroendocrinologia, biología genética, etc. Mas nas ciências sociais esse processo é recente e ocorre de maneira diferente e peculiar.

fronteiras disciplinarias. Dogan e Pahre (1991) afirmam que nas últimas décadas a maior parte das inovações científicas tem-se realizado nas fronteiras entre disciplinas, em seus interstícios, nos cruzamentos entre especialidades. E, de fato, atualmente, a maior parte dos cientistas sociais trabalha nas zonas fronteiriças, que tem se tornado fluidas, das diferentes disciplinas sociais, e não no centro de supostas monodisciplinas, com fronteiras invioláveis. Por isso, a tendência atual no campo da investigação social é planejar e definir primeiro um problema e, somente depois, perguntar-se: quais disciplinas poderiam ser selecionadas para aborda-las de forma adequada.

O que é, então, a comunicação?

Uma das consequências da pluralização pela especialização, mas, sobretudo, pela hibridação, é a dificuldade de definir, precisamente, o que é a comunicação. O problema radica, em parte, na circunstância já assinalada, de que a comunicação, em qualquer de suas manifestações, constitui sempre um “fenómeno social total” (Mauss) que mobiliza todas as instâncias da sociedade global. De fato, em qualquer ato de comunicação não se transmite somente uma mensagem, senão também, uma cultura, uma identidade e o tipo de relação social que une aos interlocutores.

O mais banal ato de comunicação entre o cliente e o garçom em um restaurante mobiliza não só mensagens entre um emissor e um destinatário, mas também, aspectos da identidade dos interlocutores – pelo menos sua identidade de papel: garçom/cliente; uma cultura gastronômica compartilhada plasmada em um menu, que por sua vez, é parte de uma cultura regional, ou nacional, mais ampla; a relação social dissimétrica, de tipo servidor / servido, entre o garçom e o cliente; e uma transação econômica (o serviço se paga); tudo isso no contexto de uma sociedade capitalista, na qual existe uma rede de organizações comerciais específicas, do setor serviços, chamadas “restaurantes”.

O problema se complica nesses processos de comunicação diferida, em que as mensagens são textos complexos e polifônicos – p.ex., uma novela, um filme, uma peça de teatro – que, de certo modo, se autonomizam da instância da produção adquirindo, por assim dizer, vida própria ao circular dentro da cultura receptora e, endossando múltiplos significados em sua interação com a mesma, ao ser suscetível de leituras diferentes e até contrapostas na instância da recepção. E para complicar as coisas, ainda mais, continuamos falando de

comunicação, ainda nos casos em que não existe um emissor intencional, como quando dizemos, por exemplo, que as ruinas de Teotihuacán “comunicam algo” em relação a uma civilização desaparecida.

Em todos estes casos se dilui o polo emissor – juntamente com o modelo linear de comunicação, que lhe serve de suporte -, e entram em cena com todos seus foros, a semiótica e a teoria da recepção. Assim, em seu esquema semiótico Charles Sanders Pearce confere o papel central na produção de signos ao “interpretante”, e não ao emissor dos mesmos. Isso significa, segundo um comentário de Umberto Eco, que a garantia última da existência de um processo de significação – isto é, de uma função semiótica estabelecida por um código -, não é a presença de um emissor intencional, senão a de um “interpretante” ou destinatário humano. Não diz outra coisa Charles Morris quando afirma que “algo é um signo somente porque um intérprete o interpreta como signo de algo”¹⁰.

Mas, então, como podemos definir a comunicação, se queremos considerar todas essas complicações semióticas, culturais e situacionais? Em seu texto *Introdução à comunicação* (2002), John Fiske trata de sistematizá-las do seguinte modo. Ele começa com uma definição muito generalizada e abstrata afirmando que a comunicação “é a interação social através de mensagens”. Mas, de imediato, distingue duas grandes escolas no tratamento da comunicação, assim definida: a “escola do processo” e a “escola semiótica”. A primeira, que seria a herdeira de dois modelos lineares clássicos, concebe a comunicação como *transmissão de mensagens* e corresponde, segundo o autor, sob o ponto de vista dos executivos de publicidade e de marketing. A segunda, por outro lado, concebe a comunicação como produção e/ou intercâmbio de significados, e enfatiza a interação entre texto e cultura. Nessa perspectiva, o emissor perde importância e o foco se concentra sobre a mensagem-texto que, ao interatuar com os receptores dentro de uma cultura determinada, é suscetível de leituras diferentes até contrapostas. Portanto, o problema que aqui se formula é como respondemos, ou reagimos diante dos textos dentro da nossa cultura. Ler, por exemplo, seria o

¹⁰ John B. Thompson (1995) aborda no fundo esta mesma tese para conferir uma importância decisiva à instância de recepção no processo de comunicação. Assim, referindo-se aos produtos culturais globalizados, afirma que não existe um padrão globalmente uniforme de interpretação cultural, uma vez que o mesmo produto visual ou musical não provoca a mesma resposta em todos os lugares onde é visto ou ouvido: “A globalização das comunicações - diz ele - não eliminou o caráter localizado da apropriação. Ao contrário, gerou um novo eixo simbólico no mundo moderno que descreverei como o eixo da difusão generalizada e da apropriação localizada.”

processo de descobrir os significados que se produzem quando o leitor interage ou negocia com o texto. E essa negociação tem lugar quando o leitor mobiliza aspectos de sua experiência pessoal para interpretar os códigos e signos que constituem o texto.

A situação atual

Os teóricos atuais da comunicação recorrem à ideia de que a comunicação implica a construção de significados mediante uma espécie de negociação ou trato entre emissores e receptores que vão além do simples intercâmbio de mensagens literais. É o que chamam concepção transacional da comunicação, e entendem por transação a construção de significados compartilhados.¹¹ Tomemos como referência o grande manual de comunicação de Steve Duck (Universidade de Iowa) e David T. McMaha (Universidade do Estado de Missouri), com recente publicação intitulada *The Basics of Communication. A Relational Perspective* (2008, London: Sage). Igualmente a tradição semiótica, estes autores também incorporam a relação com a cultura como um capítulo central da teoria da comunicação (Cap. 8 do livro citado: “Sociedade, cultura e comunicação”). E, na verdade, no estado atual da reflexão internacional sobre a comunicação, já torna-se impossível dissociá-la da cultura.

Comunicação e cultura

Efetivamente, vendo as coisas a partir da perspectiva da cultura, podemos dizer que esta se confunde totalmente, do começo ao fim, com a comunicação. A cultura não só pressupõe a comunicação, mas também é comunicação. Se admitirmos, por exemplo, a definição antropológica da cultura como “pautas de significados” – que é a chamada concepção simbólica da cultura, hegemónica em nossos dias -, percebemos de imediato que falar de “significados” implica automaticamente falar de comunicação, porque os significados são gerados sempre para alguém e diante de alguém - como afirma a semiótica norte-

¹¹ Em sua contribuição ao volume coletivo *Cibercultur@ e iniciación a la investigación*, Margarita Maass (2007: 237 ss.) define a comunicação, inspirando-se no conceito amplo de Maturana, em termos de "coordenação de ações". Onde não há coordenação de ações entre dois ou mais indivíduos da mesma unidade social, não haveria comunicação, mas uma simples transmissão de informações. Para evitar problemas de homologação principalmente com concepções semióticas, preferimos dizer que a comunicação é o orçamento e a condição necessária para coordenar as ações, mas sem reduzir a comunicação apenas a este último.

americana –; ou seja, perante um destinatário real ou potencial capaz de interpretá-los. Nenhum poeta, por mais narcisista que seja, escreve poesias somente para si, ou para declamá-las em um bosque solitário. E nenhum fotógrafo, seja profissional ou amador, tira fotografias só para seu consumo pessoal, sem a intenção de exibi-las, ainda que seja na intimidade de seu círculo pessoal. Por isso, se pode reformular a definição da cultura em termos comunicacionais afirmando, com Stuart Hall (1997: 13-94), que a cultura tem a ver, principalmente, com “a produção e intercâmbio de significados – ou seja, dar e receber significados – entre os membros de uma sociedade ou de um grupo. [...] É dessa maneira, como a cultura depende dos que participam nela interpretando seu contexto e conferindo ‘sentido’ ao mundo de modo semelhante”. Por isso, qualquer produto cultural – uma obra literária, um filme, um repertório cancionero, uma obra de teatro, uma emissão televisiva – pode ser analisado sempre sob o viés da comunicação.

Vendo as coisas a partir da perspectiva da comunicação, esta se desenvolve sempre dentro de um universo cultural compartilhado, em maior ou menor medida, pelos participantes no processo comunicativo. Este universo cultural opera sob a forma de pré-construtos culturais, de pressupostos seguros, de protocolos de respeito e de diferença de status reconhecidos pelos interlocutores, enfim, de sistemas de códigos, que determinam o que é correto, ou incorreto, nos comportamentos interativos, no manejo das emoções, na abertura da própria intimidade a outros, na distância física que deve existir na comunicação cara a cara, etc.

Em resumo, a comunicação se realiza sempre a partir das pertenças socioculturais, tanto do emissor, quanto do receptor. Por isso, o fracasso de uma comunicação não é imputável só aos chamados “ruídos” no canal senão, sobretudo, a diferenças e dissimetrias culturais.

Identidade e comunicação

O que John Fiske tem esquecido em seu esforço de teorização, talvez devido, obliquamente, a um viés estruturalista de seu enfoque, é a função da identidade nos processos de comunicação. Em vez disso, os manuais recentes, como o já citado de Duck e McMaha, já incorporam este tópico como outro dos capítulos centrais da teoria da comunicação. Assim, no Capítulo 5 de seu livro, intitulado “*Self and Identity*”, estes últimos

autores defendem a tese central de que *a comunicação implica também uma transação ou negociação de identidades*. Essa tese está estreitamente conectada ao que acabamos de afirmar sobre o papel da cultura na comunicação, porque depois, finalmente, a cultura é indissociável da identidade, na medida em que esta se constrói sempre a partir de materiais culturais.

Não podemos desenvolver aqui uma teoria da identidade. Nos delimitaremos em afirmar que a identidade pode ser individual, ou coletiva. A primeira se relaciona, grosso modo, com a ideia que temos sobre o tipo de pessoa que somos e de nossa diferença em relação aos demais; ao que corresponde, simetricamente, à ideia de que os demais têm de nós. Nossa identidade real é resultado da negociação entre ambas as perspectivas, isto é, da intersecção entre identidade autodefinida e identidade reconhecida. De maneira análoga, a identidade coletiva implica na diferenciação entre os grupos e os coletivos com base na diversidade e especificidade de seus respectivos projetos e legados culturais compartilhados.

Sendo assim, qual é a relação entre identidade e comunicação? Em primeiro lugar, e analisando a partir do ponto de vista da identidade, a revelação, no mínimo parcial, da mesma é a condição de possibilidade para que se produza a comunicação. Eu não posso comunicar-me com um “senhor X”, totalmente desconhecido, ao qual não conheço nem seu nome, nem sua identidade pessoal, salvo para solicitar-lhe como condição prévia um mínimo de identificação: quem você é?; ou, com quem tenho o prazer de falar? Já os interacionistas simbólicos tinham antecipado que não é possível a interação entre *ego* e *alter* sem a imputação recíproca de algum tipo de identidade ou imagem. Um episódio de interação – disse Ralph H. Turner – pode começar pelo gesto realizado por uma das partes. “Mas a interpretação desse gesto se baseia, geralmente, em uma ideia ou ‘imagem’ do que tem realizado esse gesto”¹². Seguindo essa mesma linha, alguns comunicólogos afirmam que a identidade dos participantes numa interação constitui o marco (*frame*) requerido para a interpretação correta de suas mensagens recíprocas.

Em segundo lugar, e sempre a partir da perspectiva da identidade, esta condiciona e modula os comportamentos comunicativos. Não nos comunicamos da mesma maneira com a

¹² “Normalmente, um gesto é percebido como a ação de um tipo específico de pessoa. E os tipos de gestos de resposta e interpretação para os quais o ego é preparado variam de acordo com o tipo de pessoa que ele imagina ser seu interlocutor potencial” (p. 95).

nossa mãe, nosso mestre, nosso amigo, nossa namorada, nosso credor, nosso chefe, ou nosso psiquiatra.

Em terceiro lugar, a identidade limita os tópicos da comunicação. Não falamos sobre qualquer coisa, com qualquer um, mas limitamos cuidadosamente os temas de nossa conversa, conforme a identidade do nosso interlocutor, ou segundo a presença/ausência de terceiros, que atuam como testemunhas da conversação. “Roupa suja se lava em casa, não em público”, diz um ditado popular. E os esposos não falam de certas coisas na presença dos filhos.

Por último, a identidade pode ser, em si mesma, objeto de comunicação, sob a forma da autodescrição (ou *selfs-narration*) e da autorrevelação (*selfs-disclosure*), que pode produzir-se nas chamadas “relações íntimas”. Esta modalidade da comunicação constitui, por si mesma, um dos capítulos mais apaixonantes da teoria contemporânea da comunicação.

Se agora nos colocamos na perspectiva da comunicação, a tese fundamental é a de que a comunicação constitui a condição de possibilidade e, por sua vez, o fator determinante na construção da identidade social. Efetivamente, a identidade pessoal não deve conceber-se segundo a metáfora da cebola, ou seja, como uma espécie de núcleo estável e secreto de nossa interioridade, constituída por camadas sucessivas de profundidade, que vamos revelando parcial e progressivamente, segundo o grau de intimidade que nos une a nossos interlocutores (*selfs-concept*). [O verdadeiro Obama, o verdadeiro Clinton]. Pelo contrário, a identidade é sempre de natureza dialógica e relacional em qualquer um de seus aspectos e níveis e é o resultado da infinidade de interações, que temos tido ao longo de nossa trajetória no processo de socialização. “A identidade só é possível dentro de uma rede de vidas interconectadas” – disse Owen Hargie *et al.* (2008) -, e se constrói em permanente diálogo com os outros (Goffman).

Cabe afirmar o mesmo das identidades coletivas. Efetivamente, se estas se definem prospectivamente por um projeto compartilhado e, retrospectivamente, por uma memória também compartilhada, torna-se óbvio que não se poderia compartilhar nada se não existisse um processo permanente de comunicação entre os membros do grupo, ou da coletividade considerada, inclusive através de rituais e celebrações comemorativas destinadas a manter viva a memória.

Agora, já estamos em condições de entender um pouco melhor, porque os comunicólogos atuais defendem a tese de que a comunicação não implica somente transmissão de mensagens, ou produção de significados dentro de um contexto sociocultural determinado, mas também, uma transação de identidades, ou mais precisamente, a transação de algum aspecto da identidade pessoal ou social dos interlocutores.

Comunicação através de tecnologias interativas

Para terminar, gostaria de enfatizar que o que foi dito até aqui se aplica também ao que Duck e McMahan chamam “comunicação mediada pelas novas tecnologias interativas”, como o telefone celular e a Internet, que constituem a última geração de tecnologias de comunicação à distância. Trata-se de outro capítulo apaixonante da teoria da comunicação.

Segundo os comunicólogos contemporâneos, a Internet pode ser estudada, por sua vez, a partir da perspectiva dos meios massivos de comunicação, e a partir da perspectiva de sua natureza interativa, porque pertence, por sua vez, ao sistema dos *mass-media* e ao das tecnologias relacionais e interativas, como foi em sua época o telefone de linha.

Curiosamente, ao longo das “gerações tecnológicas” se repetem as mesmas críticas sobre a suposta periculosidade das novas tecnologias. Assim, na época da introdução do telefone de linha, dizia-se que iria acabar com o “velho costume de visitar aos amigos”. Hoje se diz que a Internet diminui a atividade física, empobrece as relações entre os usuários e reduz a rede de relações pessoais na vida cotidiana. Pelo contrário, os comunicólogos têm demonstrado que, longe de diminuir as relações pessoais e as redes sociais, as novas tecnologias interativas as têm ampliado e potencializado em forma inaudita. Além disso, os telefones celulares, a comunicação *on-line* e outros avanços tecnológicos de última geração estão mudando a forma em que o povo se comunica entre si e configura sua relação com os outros, alterando as normas e os fins do relacionamento social.

Os comunicólogos contemporâneos têm estudado, também, as implicações culturais da comunicação *on-line* e a construção de identidades, através da mesma, chegando à conclusão de que a representação de si mesmo e a auto-revelação pessoal tem se tornado um componente fundamental das interações, através das novas tecnologias, como são as discussões em *chat-room*, os jogos coletivos on-line, os *blogs*, o You-Tube e os correios eletrônicos, entre outras.

Com isso, entramos no campo do que pode chamar-se “cibercultura”. Jorge González e colegas (2007) a definem, em sentido amplo, como o resultado da sinergia, mediada pelas novas tecnologias interativas, entre três culturas: cultura de conhecimento, de informação e de comunicação. Os antropólogos, singularmente, a definem como uma subcultura particular constituída por micro-sociedades virtuais, que geram seus próprios códigos, suas normas (“Netiqueta”) e suas pautas de comportamento, e que se manifesta em forma idêntica em todas as sociedades, apesar da diversidade das culturas nacionais. Ou seja, a cultura ciber, transportada pela Internet, manifesta sempre as mesmas características, independentemente da localização física dos cibernautas. Por isso, alguns sociólogos a consideram como uma “superestrutura societária”.

Poderíamos perguntar-nos se a cibercultura, assim entendida, tem alterado qualitativamente a natureza das relações sociais em nível de sociedade global. Na versão eletrônica de sua obra *La société* (2001), Robert Fossaert defende que não. As novas tecnologias introduzidas pela revolução informática (MT4) não haviam chegado a formar ainda “grupos de convivência” radicalmente novos. De fato, “as vinculações à longa distância que a Internet pode estabelecer são mais ricas que as de telefone, mas não geram novas formas de convivência (“*vivre ensamble*”), salvo a forma imaginária de comunidades ‘virtuais’” (*A propos du Tome 6*, p. 1)

A razão sustenta-se, segundo Fossaert, em que essas vinculações “não permitem uma comunicação plena e completa”.¹³

Mas, entre os antropólogos, os sociólogos e os comunicólogos tende a prevalecer cada vez mais, em nossos dias, a opinião contrária. A cibercultura, isto é, o advento do computador pessoal, juntamente com o desenvolvimento da Internet e dos programas de uso fácil e generalizado fundados nela, havia gerado um novo ambiente virtual em que se produzem novas formas de interação e de relacionamento social, que tem mudado radicalmente os indivíduos e as culturas no mundo inteiro. Conforme essa opinião, a cibercultura se distingue

¹³ No entanto, segundo o mesmo autor, o mesmo não pode ser dito para as transformações induzidas pelas redes intranet - ou seja, nas relações internas das empresas, administrações e outros grupos de atuação, especialmente no caso das empresas multinacionais e agências e organizações, governamentais ou não, estabelecidas em diferentes países. "Com efeito, essas instituições efetivamente unem homens que cooperam durável e periodicamente em grupos, dentro dos quais a coexistência não é plena, nem completa, nem perene, mas se configura, no entanto, por laços mais superficiais como os da telecomunicação computadorizada" (*ibid.*, pp. 1-2).

das formas prévias de desenvolvimento cultural por sua natureza e sua orientação. Seu desenvolvimento é de natureza virtual e sua orientação é a de ir englobando, paulatinamente, a todos os indivíduos mundialmente. Por isso, os antropólogos definem a cibercultura como “a transformação dos padrões de comportamento, das artes, das crenças, das instituições e de todos os demais produtos do trabalho e do pensamento humanos, pela interação dos humanos, através de computadores e de redes de computadores” (Scott, 2005: p. 1).

Não estão tão longe Jorge González e colegas desta postura, quando afirmam que a cibercultura, entendida como o cultivo das três culturas potencializadas pelas tecnologias de informação e comunicação, implica uma mudança na estrutura cognitiva do sujeito que conhece e uma mudança de atitude diante do conhecimento e o modo de construí-lo, que desembocam na transformação paulatina do *habitus* de origem, ou seja, dos esquemas básicos de percepção e de ação.

Conclusões

Concluindo, gostaríamos de destacar algumas proposições que parecem derivar-se de nossa exposição.

Em primeiro lugar, “ciência da comunicação” é uma disciplina situada na encruzilhada de todas as demais disciplinas no campo das ciências sociais, na medida em que a comunicação é co-constitutiva da sociedade em qualquer de suas escalas, em toda sua extensão, e em todas suas instâncias. Neste sentido, interessa direta ou indiretamente ao conjunto das ciências sociais, e não só a uma disciplina em particular.

Em segundo lugar, a ciência da comunicação se tem pluralizado e diversificado enormemente, fragmentando-se em diferentes direções, até o ponto de que hoje em dia já não podemos falar dela no singular, senão no plural: *ciências da comunicação*. Entretanto, isto não quer dizer que vá evaporar-se por excesso de expansão centrífuga, como pensava Berelson, já que mantém um princípio de convergência e um ponto de vista analítico próprio: a dimensão simbólica ou comunicativa da sociedade. Efetivamente, se de fato a comunicação não é um conceito unívoco, certamente é um conceito análogo, que fecha em um núcleo invariável: a produção de signos e de símbolos, em qualquer de suas modalidades.

Como dissemos, a pluralização da ciência da comunicação tem se realizado, principalmente, pela via da especialização e da hibridação, ou amálgama. Mas esta última,

longe de conotar debilidade científica, ou perda de identidade de uma disciplina – como pensava Berelson -, porém, constitui uma condição de seu desenvolvimento e um signo de vitalidade, de boa saúde e de capacidade inovadora. Epistemologicamente falando, a identidade das disciplinas no campo das ciências sociais não se define por uma suposta homogeneidade monolítica de seu conteúdo, protegida por barreiras infranqueáveis, senão por uma unidade de convergência dos mais diversos paradigmas e enfoques teórico-analíticos em torno a um mesmo objeto de estudo. Por isso, sustentamos que, no campo das ciências sociais, as fronteiras são sempre móveis, provisórias e fluidas.

Estas pontuações parecem implicar ao menos duas consequências práticas para o ensino e a pesquisa em ciências da comunicação:

1) Não se pode deixar de aceitar, epistemologicamente falando, a pluralidade explicativa e a diversidade dos enfoques teóricos no exercício desta disciplina, dando lugar a uma saudável competência entre paradigmas e programas de investigação, que permitirá a sobrevivência dos mais produtivos e a eliminação progressiva dos estéreis. De onde se segue que não deveria impor-se nem aos alunos, nem aos investigadores, uma só perspectiva teórico-metodológica – p.ex., o modelo do “processo” – sob o pretexto de um zelo mal-entendido, por defender uma suposta identidade disciplinária ameaçada.

2) A posição de encruzilhada que ocupa a ciência da comunicação no campo das ciências sociais deveria estimular o diálogo permanente e transdisciplinar entre os comunicólogos e os colegas das demais disciplinas sociais, particularmente dos que estão mais próximos dos processos de significação e de semiose, como os sociólogos, os analistas da cultura, os linguistas, os semiólogos, os pedagogos e os psicólogos sociais. Às vezes, os “colegas invisíveis”, que trabalham em outros campos, estão muito mais próximos de nós do que pensamos e, frequentemente, muito mais próximos que os “colegas visíveis” de nossa mesma Faculdade, ou Departamento.

Referências bibliográficas

BARTHES, Roland, 1957, **Mythologies**, Paris: Éditions du Seuil.

BERELSON, Bernard R, 1959, “The State of Communication Research”, **Public Opinion Quarterly**, nº 2, pp. 1-16.

BERTHELOT, Jean-Michel, 2001, **Épistemologie des sciences sociales**, Paris: Presses Universitaires de France (PUF)

CAREY, James, 1989, **A Cultural Approach of Communication**, New York: Routledge.

CURRAN, James y Morley, David (eds.), 2007, **Media and Cultural Theory**. London / New York: Routledge.

DOGAN, Mattei, 2000, "The Moving Frontier of the Social Sciences", in: Stella R. Quah y Arnaud Sales, **The International Handbook of Sociology**, London: Sage Publications, pp. 35-49.

DOGAN, Mattei y Phare, Robert, 1991, **L'innovation dans les sciences sociales**, Paris: Presses Universitaires de France.

DUCK, Steve Duck y David T. McMaha, David T, 2008, **The Basics of Communication. A Relational Perspective**, London: Sage.

ECO, Umberto, 1978, **Tratado de semiótica general**, México: Nueva Imagen / Lumen.

FISKE, John, 2002 [2a. ed., 1990], Introduction to communication studies, London / New York: Routledge.

FISKE, John, 2002, **Introduction to Communication Studies**, 2nd edition, London / New York: Routledge

FOSSAERT, Robert., 2004. **La société**. <http://www.macrosociologie.com> (Tomos 1 al 6).

GONZALEZ, Jorge A., 2007. **Cibercultur@ e iniciación en la investigación**. México: CONACULTA / UNAM.

HALL, Stuart Hall, 1997, "Introduction", en: Stuart Hall (ed.), **Representation. Cultural Representations and Sygnifying Practices**, London: Sage, pp. 13-74.

HARGIE, Owen et al., 2008, "Communicating Social Identity: A Study of Catholics and Protestants in Northern Ireland", **Communication Research**, Vol. 35, n° 6, pp. 792-821 (Sage Publications).

LASAR, Judith, 1992, **La science de la communication**, Paris: Presses Universitaires de France (PUF)

MAAS, Margarita, 2007. "Por una cultura de comunicación", en: Jorge A. González (coord.), **Cibercultur@ e iniciación en la investigación**, México: CONACULTA /UNAM.

McCOMBS, M.E. & Shaw, D.L., 1972, "The Agenda-Setting Function of Mass Media", **Public Opinion Quarterly**, 36, Summer, pp. 176-187.

MORRIS, Charles , 1985, **Fundamentos de la teoría de los signos**, Barcelona: Paidós.

PEARCE, Charles Sanders, 1974, La ciencia de la semiótica, Buenos Aires: Ediciones Nueva Visión.

POTTER, W.J., Cooper, R., & Dupagne, M., 1993, "The three paradigms of mass media research in mainstream communication journals", 3, 317-335. **Communication Theory**, 3, pp. 317-335.

POTTER, W.J., Cooper R., & Dupage, M., 1995, "Is Media Research Prescientific? Reply to Sparks's Critique", **Communication Theory** , Five: three, pp. 280-286.

SCOOT, Schaun, 2005, art. "Cyber-culture", en: **Encyclopedia of Anthropology**, SAGE Publications.

SHANON, C.E., 1948, "The mathematical theory of communication", **Bell System Technical Journal**, 27 (10), 379-423, 623-656).

SPARKS, Gleen G., 1995, "Is Media Research Prescientific? A Final Reply to Potter, Cooper, and Dupagne, **Communication Theory** , Five: three, pp. 286-289.

SPARKS, Glen G., 1995, "Comments concerning the claim that Mass Media Research is 'prescientific': A Response to Potter, Cooper, and Dupagne", **Communication Theory**, Five: three, 273-280.

STRINATI, Dominic, 2004, **An Introduction to Theories of Popular Culture** (2a. Ed.), London / New York: Routledge.

THOMPSON, John B., 1995, **The Media and Modernity**, Stanford: Stanford University Press.

Artigo recebido em: 09/07/2018

Aceito em: 15/07/2018