

Comunicação como ciência da cultura: os meios como espaços de construção de sentidos

Communication as Science Culture: the media as spaces to build communication meanings

José Eugenio de Oliveira Menezes

Mestre em Comunicação e Semiótica pela PUC/SP
Doutorando em Ciências da Comunicação pela ECA/USP
Docente e pesquisador da Faculdade Cásper Líbero
jemenezes@uol.com.br



Composição sobre pintura de Odete Conceição

Resumo

Na perspectiva dos chamados estudos culturais, as ciências da comunicação devem recuperar a tradição humanista das ciências da cultura e rejeitar a redução positivista da comunicação a explicações causais ou funcionais. O espaço público contemporâneo é, também e especialmente, a sociedade mediática. Os nexos entre os Estudos Culturais e outras diferentes abordagens - Pross, Ivanov e Lotman, Bystrina e Peirce - nos permitem constatar que as ciências da comunicação, tal como Edgar Morin já afirmou em relação à ciência do homem, ainda estão praticamente no ano zero.

Palavras-chave: estudos culturais, meios de comunicação, espaço público, semiótica da cultura.

Abstract

In the perspectives of the so-called Cultural Studies, the communication sciences should recover the humanistic tradition of science culture and reject the positivist reduction of communication to causal or functional explanations. The contemporary public space is also and especially a mediatic society. The nexus between Cultural Studies and other different analyses - Pross, Ivanov and Lotman, Bystrina and Peirce - allow us to evidence that the communication sciences, as Edgar Morin has already stated with regard to the Science of Man, are still practically in the year zero.

Keywords: cultural studies, means of communication, public space, semiotics of culture.

Resumen

En las perspectivas de dichos Estudios Culturales, las ciencias de la comunicación deben recobrar la tradición humanista de las ciencias de la cultura y rechazar la reducción positivista de la comunicación a aclaraciones causales o funcionales. El espacio público contemporáneo es, también y sobre todo, la sociedad mediática. Los nexos entre los Estudios Culturales y otros análisis diferentes - Pross, Ivanov y Lotman, Bystrina y Peirce - nos permiten constatar que las ciencias de la comunicación, como Edgar Morin ya lo afirmó respecto a la Ciencia del Hombre, todavía se encuentran prácticamente en el año cero.

Palabras claves: estudios culturales, medios de comunicación, espacio público, semiótica de la cultura.

Introdução

A análise da interação entre os meios de comunicação e o público não pode continuar limitada aos dualismos que separam os responsáveis pela emissão e os receptores. Por isso, no decorrer deste ensaio mostraremos outras perspectivas de estudo dos processos de comunicação, segundo o modelo teórico que pode ser denominado *comunicação como ciência da cultura*.

Lembrando as análises dualistas que criticamos, observamos primeiramente a perspectiva da *comunicação como ciência do comportamento*, na visão chamada "funcionalista", desenvolvida especi-



almente por Harold Lasswell em *A estrutura e a função da comunicação na sociedade*¹, em que o receptor é aquele que seleciona e responde aos estímulos apresentados pelos meios, é aquele que compra idéias, valores e produtos. Questionando essa concepção funcionalista, encontramos os estudos da *comunicação como ciência crítica* (Escola de Frankfurt) para a qual o

receptor é aquele que é geralmente considerado uma vítima, utilizado pelos meios, sujeito à massificação, alguém que deve ser ajudado a tomar consciência de que os meios normalmente querem fazer sua cabeça, manipular. Ambas as posturas já foram amplamente criticadas por Umberto Eco pelo fato de analisarem as relações dos meios com o público por meio de simplificações dualistas como: visão pessimista dos meios e visão otimista, análise crítica e análise realista/conservadora, posturas que questionam a chamada indústria cultural e posturas encantadas com o crescimento do mercado, enfim, como denominou Eco, em *apocalípticos e integrados*².

A divisão didático-pedagógica dos estudos da comunicação em *ciência do comportamento*, *comunicação como ciência crítica*, *comunicação como ciência formal*³ (teoria da informação e semiologia⁴) e *comunicação como ciência da cultura* foi apresentada por Venício Lima quando atuava como professor da Universidade de Brasília⁵. Tal esquema, elaborado há vinte anos, pode ser utilizado como uma porta de entrada para os estudos da comunicação, uma via de acesso aos modelos, paradigmas e teorias que nos ajudam a ler o complexo mundo dos processos de comunicação. Uma classificação semelhante foi elaborada pelo pesquisador francês Bernard Miège, em *O pensamento comunicacional*, que denomina *correntes fundadoras* o modelo cibernético (teoria da informação), a abordagem empírico-funcionalista dos meios de comunicação de massa e o método estrutural⁶. Em 2001, Venício Lima atualizou o esquema apresentado em 1983 em sua obra *Mídia: teoria e política*. Na ocasião, articulou os di-

¹ Harold Lasswell, "A estrutura e a função da comunicação na sociedade", in: G. Cohn (org.), *Comunicação e Indústria Cultural*, p.105.

² Umberto Eco, *Apocalípticos e Integrados*, p. 9.

³ Segundo Venício Lima, "o teórico formalista busca as estruturas universais da mente ou da cultura através do estudo das máquinas (teoria da informação) e de material lingüístico (semiologia)". No entanto, também afirma que, "a semiologia não se limita teoricamente à lingüística estrutural, e o próprio Roland Barthes alterou profundamente suas posições teóricas, distanciando-se do estruturalismo antes de sua morte, em abril de 1980". Conf. nota 5.

⁴ Na época em que Venício Lima elaborou o texto citado, os estudos da semiologia, especialmente através da leitura de Roland Barthes, eram muito divulgados no Brasil. No entanto, hoje preferimos o termo "semiótica" para designar tanto a chamada "semiologia" de procedência francesa, como a "semiótica" de Charles Sanders Peirce (Estados Unidos) ou a "semiótica da cultura" dos pesquisadores russos. A opção pelo nome "semiótica" foi feita em 1969, em assembléia da Associação Internacional de Semiótica (AIS).

⁵ Venício de Lima, "Repensando a(s) Teoria(s) da Comunicação. Notas para um debate", in: José Marques de Melo (org.), *Teoria e Pesquisa em Comunicação. Panorama latino-americano*, pp. 85-99.

⁶ Bernard Miège, *O Pensamento Comunicacional*, pp. 23-54.

versos modelos teóricos a partir de oito enfoques básicos: manipulação, persuasão, função, informação, linguagem, mercado, cultura e diálogo⁷.

Comunicação como ciência da cultura – Cultural studies

Os estudos dos processos e meios de comunicação como ciência da cultura foram implementados, segundo Lima, especialmente pelos pesquisadores do *Centre for Contemporary Cultural Studies* da Universidade de Birmingham (Inglaterra), entre nós conhecidos como pesquisadores dos estudos culturais.

Segundo Lima, na tradição dos chamados estudos culturais ingleses e no diálogo com o marxismo, Raymond Williams, um dos fundadores do Centro de Birmingham, recupera a tradição humanista das ciências da cultura e rejeita a redução positivista da comunicação a explicações causais ou funcionais. Os pesquisadores de Birmingham apontaram para os limites da análise ideológica e econômica no estudo das relações dos operários ingleses com os meios de comunicação. Observaram as práticas e vivências da cultura a partir de uma nova leitura de Marx feita por Antônio Gramsci, deslocaram a perspectiva da ideologia (que massifica, segundo Marx e a Escola de Frankfurt), e começaram a trabalhar com a idéia de hegemonia proposta por Gramsci: os homens negociam espaços de influência, buscam espaços de poder, lutam pela implementação da hegemonia de seu grupo e de suas idéias. Nesse sentido, de acordo com a síntese elaborada por Antônio Teixeira de Barros, observamos que a maior contribuição dos estudos culturais refere-se à concepção de que “o receptor não é apenas mero recipiente, mas co-participante do processo comunicativo; o contexto constitui uma variável interveniente; a recepção é um processo construtivo, dialético e conflitivo. Com isso, a recepção não deve

ser encarada como mera exposição aos meios. O receptor é visto como sendo também produtor de discursos, de sentido”⁸.

Um texto altamente representativo da perspectiva dos estudos culturais foi elaborado por Stuart Hall e publicado em 1973. Em *Encoding and decoding in television discourse*, Hall descreve três posições hipotéticas de interpretação da mensagem televisiva: interpretações dominantes, interpretações negociadas e interpretações de oposição. “Uma posição dominante ou preferencial, quando o sentido da mensagem é decodificado segundo as referências da sua construção; uma posição negociada, quando o sentido da mensagem entra em negociação com as condições particulares dos receptores; e uma posição de oposição, quando o receptor entende a proposta dominante da mensagem, mas a interpreta segundo uma estrutura de referência alternativa.”⁹ Na verdade, segundo Bernard Miège, Hall rompe com uma visão marxista estreita que via os meios de comunicação como expressão da dominação das classes dominantes. Concorda que a mídia audiovisual é instrumento de manutenção do poder constituído, mas ao mesmo tempo “funciona sem usar a opressão, respeitando o livre-arbítrio dos ouvintes e telespectadores”. É nesse contexto teórico “que ele é levado a propor a idéia de recepção negociada dos produtos e serviços audiovisuais”¹⁰.

De acordo com Mauro Wilton de Sousa, os pesquisadores dos estudos culturais observam que os meios de comunicação são construtores sociais de sentidos. Isso porque as pessoas, os receptores, não são o

⁷ Venício A. de Lima, *Mídia: Teoria e Política*, pp. 21-53.

⁸ Antônio Teixeira de Barros, *O rádio e a publicidade no cotidiano de Macabéa: Clarice Lispector e algumas observações sobre a recepção de mensagens radiofônicas e publicitárias*. Site www.uniceub.br.

⁹ Outra edição do artigo foi publicada em S. Hall et al., *Culture, media, language*. Apud Ana Carolina Escosteguy. “Estudos culturais: uma introdução”, In: Tomas Tadeu da Siva (Org.), *O que é, afinal, Estudos Culturais*, p. 151.

¹⁰ Bernard Miège, *O Pensamento Comunicacional*, p. 86.

que dizem ser, mas são o que fazem na vida cotidiana, expressam todo um universo cultural na maneira como atribuem sentido, no modo como negociam com as mensagens audiovisuais dos meios. Tal negociação de sentidos, que acontece não só quando a pessoa está, por exemplo, diante da televisão, é um processo pessoal, íntimo, mas vivido em uma determinada cultura, em uma determinada sociedade¹¹.

O paradigma das mediações desenvolvido na América Latina

Na América Latina, as contribuições dos pesquisadores dos estudos culturais

influenciaram cientistas da comunicação como Jesús Martín-Barbero, Néstor García Canclini e Guillermo Orozco. Uma breve síntese da contribuição desses autores foi elaborada pela pesquisadora brasileira Nilda Jacks¹². A autora atribui a Jesús Martín-Barbero a articulação do chamado "paradigma das mediações", especialmente após a publicação da obra *De los medios a las*

O espaço público desapareceu quando os meios de comunicação deixaram de ser expressão da opinião pública

mediaciones. "As mediações são múltiplas e têm origens diversas, mas em última instância deve-se entendê-las como sugere Martín-Barbero: 'desde dónde se otorga el significado a la comunicación y se produce el sentido.'¹³ "Mediação pode ser entendida, portanto, como um conjunto de elementos que intervêm na estruturação, organização e reorganização da percepção da realidade em que está inserido o receptor, tendo poder também para valorizar implícita ou explicitamente esta realidade. As mediações produzem e reproduzem significados sociais, sendo o 'espaço' que possibilita compreender as interações entre a produção e a recepção."¹⁴

De acordo com Jacks, Martín-Barbero propõe o estudo de três tipos de mediações: a cotidianidade familiar, a temporalidade social e a competência cultural, como forma de captar as referências culturais em que elas se concretizam.

Já o mexicano Guillermo Orozco elaborou um conjunto de mediações denominadas "múltiplas mediações". As formas de apresentação das múltiplas mediações são diferentes nos diversos textos do autor, o que nos remete, de acordo com Nilda Jacks, à hipótese de que ele continua testando suas ferramentas de análise e que também as próprias *mediações*, na verdade, não são construtos isolados, mas interferem umas nas outras e podem ser denominadas de diversas maneiras. No texto *La audiencia frente a la pantalla*, Orozco apresenta, de forma didática, as cinco principais mediações: *mediações cognitivas* – os processos de atenção, compreensão, seleção, classificação, de acordo com uma escala de valores, apropriação e produção de sentido no contexto das representações (roteiros mentais) que estruturam as formas de conhecer; *mediações de referência* – gênero, etnia, idade e estrato social, entre outras; *mediações situacionais* – espaço, tempo, local e o fato de uma pessoa estar sozinha ou acompanhada diante dos meios; *mediações videotecnológicas* – naturalização verossímil, representação e denotação como características dos meios videotecnológicos e, por fim, as *mediações institucionais*, como família, escola, grupos sociais e diversas comunidades de apropriação¹⁵.

¹¹ Mauro Wilton de Sousa, *Curso: Recepção e Cultura Política: O Novo Espaço Público*, CTR/ECA/USP.

¹² Nilda Jacks, *Querência. Cultura regional como mediação simbólica*, Um estudo de recepção, pp. 46-61.

¹³ Guillermo Orozco, "La mediación en juego. Televisión, cultura e audiencias", In: *Revista Comunicación y Sociedad*, nº 10-11, p. 117.

¹⁴ Nilda Jacks, *Querência. Cultura regional como mediação simbólica*, Um estudo de recepção, p.48.

¹⁵ Guillermo Orozco Gomes, "La audiencia frente a la pantalla. Una exploración del proceso de recepción televisiva", In: *Revista Dia-logos de la comunicación*, nº 30, pp. 58-63.

Uma das novidades dessa análise, que muito contribui para a leitura de outras hipóteses que citaremos em seguida, é o pressuposto de que a recepção não se dá apenas diante da televisão. *"Começa bem antes e termina depois, fundindo-se com as práticas cotidianas dos receptores, ação na qual ganha sentido e significado, ou não, através da negociação com os significados propostos pela família, escola, religião, partido político, empresa, etc."*¹⁶

Espaço público – seu nascimento e sua morte

Com o objetivo de entendermos de que maneira acontece a interação entre os meios de comunicação e os receptores, superando as análises dualistas (funcionalismo e Frankfurt) e retendo elementos da visão dos estudos culturais, precisamos, mesmo que de forma introdutória, estabelecer o que entendemos por *espaço público*, o lugar onde acontece a interação entre receptor e meios de comunicação. O conceito de espaço público, no entanto, é objeto de acirradas discussões entre os sociólogos. Habermas, em *Mudança estrutural da esfera pública*, enfatizou que a esfera pública é regida pelo princípio da publicidade, isto é, pelo fato de as discussões não ficarem reservadas a alguns, mas publicadas e debatidas com argumentos, em público. Depois de lembrar a história grega (homens livres argumentavam e decidiam sobre a vida da *pólis*), a história romana (público entendido como o que é comum a todos) e a história da Idade Média (cortes e palácios como espaços de discussão), Habermas mostra que no espaço público burguês, quando a imprensa defendia a livre expressão de idéias e opiniões, acentuou-se a idéia de um espaço de argumentação. Por outro lado, mostra que, logo após a imprensa de opinião, surgiu a imprensa comercial (informações sobre o comércio) e a imprensa predominantemente manipulada por interesses econômicos e financeiros, como a que temos hoje.

Nessa linha, Habermas afirma que o espaço público simplesmente desapareceu quando os meios de comunicação deixaram de ser expressão da opinião pública e passaram a ser movidos por interesses econômicos privados. De acordo com John Keane¹⁷, Habermas refinou e estendeu sua tese pessimista ao encontrar vestígios do aparecimento de uma esfera pública burguesa e a subsequente *"substituição de um público leitor que debatia criticamente sobre temas da cultura por uma massa de consumidores da cultura"*¹⁸. O cidadão, que poderia ser produtor de opinião pública, pessoa que participaria dos debates sobre temas da sua sociedade, acabou transformado em *"consumidor de mensagens que se apresentam como reflexos dessa opinião, e com a inscrição de todas as dimensões da vida social com as marcas da lei do mercado"*¹⁹.

Essa visão pessimista do fim do espaço público limita a reflexão sobre a relação entre os meios de comunicação e o público. Acaba mostrando suas raízes frankfurtianas, manifestadas quando os meios são analisados apenas sob a perspectiva da manipulação das consciências.

Novo espaço público: espaço de negociação de sentidos

A contribuição do GRESEC – Grenoble 3

Uma abordagem diferente do *espaço público* para leitura dos meios de comu-

¹⁶ Nilda Jacks. *Querência. Cultura regional como mediação simbólica*. Um estudo de recepção, p. 57.

¹⁷ Para Nicolas Garnham, citado por Keane (1997), o ideal habermasiano de uma esfera pública de cidadãos deliberantes poderia ser encontrado, de uma forma imperfeita, no serviço público de radiodifusão da BBC de Londres, por exemplo.

¹⁸ John Keane, "Transformações estruturais da esfera pública", in: *Comunicação & Política*, vol. 3, nº 2, pp. 6-28.

¹⁹ Adriano Duarte Rodrigues afirma: "De certo modo, hoje consomem-se as páginas do Diário de Notícias, da Bola, da Crônica Feminina como se consome um pacote de manteiga, uma dúzia de sardinhas, um KW de energia elétrica: de maneira anônima, cortada de todo e qualquer investimento ao nível da produção coletiva". Adriano Duarte Rodrigues. "O Público e o Privado", *Revista Comunicação e Linguagens*, nº 2.

nicação está sendo desenvolvida por um conjunto de pesquisadores franceses que atuam no Grupo de Pesquisa sobre Desafios da Comunicação – GRESEC, na Universidade Stendhal – Grenoble 3. Bernard Miège, Bernard Floris, Isabelle Pailliant, Paul Beaulieu e outros colaboradores, como Dominique Wolton e Jean Marc-Ferrey, questionam os estudos que se limitam a constatar o caráter manipulador dos meios de comunicação. Enfatizam que o espaço público é uma noção construída e que os meios de comunicação, ao contrário de destruir as relações sociais, são a nova praça pública onde o debate acontece de forma simbólica.

Não temos apenas pessoas diante da televisão, mas cidadãos diante da vida

Como hoje não é mais possível reunir as pessoas para uma argumentação coletiva, temos, segundo Bernard Floris, uma nova visão do espaço público como: “a) campo de formação simbólica de uma opinião pública através de todas as formas de comunicação existentes na sociedade; b) campo de formação democrática de uma vontade política por meio do sufrágio universal, do parlamento e dos partidos; c) esfera de mediação entre o Estado e a sociedade civil; d) um espaço conflitivo que exprime as relações sociais de desigualdade e de dominação e não um lugar abstrato de consenso ideal”. Nesse sentido, o espaço público é o lugar onde se expressam as tensões e os conflitos, o espaço onde se manifestam também as organizações não-governamentais que lutam pela solução de alguma necessidade social não atendida satisfatoriamente pelo Estado²⁰.

Como os espaços públicos são plurais e parciais, os conflitos também são plurais e parciais. Os meios de comunicação, como nova praça pública (não a única), mediam as partes em conflito, ajudam as pessoas a ressignificar as mensagens na sua vida coti-

diana. Facilitam a interação entre o comum imaginado e a vivência das pessoas num determinado local.

Constatamos, na linha do GRESEC, a existência de um novo espaço público. Nesse espaço, como nem todos podem argumentar face a face, os meios de comunicação circulam sentidos. O receptor, por sua vez, conforme analisou o latino-americano Néstor Garcia Canclini, diante da televisão vai negociando sentidos, identifica-se com alguma mensagem, rejeita outras, ressignifica outras, assume o pertencimento a determinado grupo, tendência ou movimento, sente necessidade de pertencer a algo que está vendo/ouvindo, torna-se cidadão ao lutar por alguma idéia ou valor. Por isso, Mauro Wilton de Souza levanta a hipótese de que receber/ressignificar as mensagens, atuar como receptor, não é um ato isolado, mas um ato cultural de pertencimento a uma esfera simbólica comum. Veremos, a seguir, de que maneira essa hipótese pode contribuir para um novo olhar sobre os processos de recepção.

Recepção como prática de pertencimento ao espaço público

O espaço público contemporâneo é, também e especialmente, a sociedade mediática. Os meios colocam vários cenários e as pessoas vão se identificando ou não com o que é apresentado. Não temos apenas pessoas diante da televisão, mas cidadãos diante da vida. No seu cotidiano, nas várias formas de relações que estabelece com diferentes contextos (casa, transporte, trabalho, igreja, clube...), o cidadão vai tomando posição, vai escolhendo, deseja pertencer²¹ a algo que ele vê também na

²⁰ Mauro Wilton de Sousa, Curso: *Recepção e Cultura Política: O Novo Espaço Público*.

²¹ Diversos autores trabalham a questão do pertencimento. Silverston usa o termo comunidade real, Perry Anderson estudou a noção de comunidade imaginada, Stuart Hall enfatizou a importância da memória e da tradição no mundo simbólico. A noção de pertencimento também pode ser observada nos estudos de Barbero e Canclini.

televisão. Ao sentir-se excluído de algum direito, é levado a lutar de alguma forma para se incluir, para ser cidadão.

A pessoa que estabelece uma relação com os meios experimenta a necessidade de se encontrar com outros para sentir-se sujeito, acaba descobrindo que precisa dos outros para ser, acaba se apropriando de algo que é comum a algumas pessoas ou a todos, vive uma experiência datada e localizada de subjetividade. Por isso, Souza enfatiza que a recepção comporta o exercício da cidadania como um direito inerente.

Outros pesquisadores, como Virilio e Baudrillard, enfatizam que diariamente somos violentados pela tecnologia que elimina os contatos pessoais, que a técnica dos meios de comunicação nos faz ver tudo em segunda mão e nos imobiliza para a ação. Ao contrário dessa visão pessimista dos meios, podemos constatar, coerentes com o que analisamos nas páginas anteriores, que convivemos num espaço público mediatizado. Se não fosse pela sedução técnica da imagem da televisão e pela necessidade de estar junto (pertencer a um grupo), as pessoas ficariam submetidas à violência da fragmentação das grandes cidades. Essa perspectiva gera novos olhares sobre os processos comunicativos, resgata a força das pessoas em sociedades mediatizadas pelos meios de comunicação. Ajuda-nos, conforme o título do livro organizado por Mauro Wilton de Souza, a olhar para o sujeito de uma outra forma: *Sujeito, o lado oculto do receptor*.

Assim, "o uso cidadão dos meios passa, pois, pela percepção do lugar significador que o receptor exerce, donde a legitimidade dos meios como negociadores desse campo simbólico, negociadores do global/local, social/individual, num contexto de culturas plurais e híbridas"²².

Nexos e interações

Com o risco de misturarmos diferentes perspectivas epistemológicas e, no

entanto, com a possibilidade de descobrirmos alguma novidade nesse diálogo entre diversas correntes, passamos a relacionar o caminho feito até o momento por pesquisadores de outras perspectivas teóricas, por estudiosos que usam outras ferramentas de análise.

Harry Pross e a teoria dos media

Harry Pross, jornalista, cientista da comunicação e cientista político, nascido em 1923 (Karlsruhe, Alemanha), redator-chefe da Rádio Bremen (Alemanha, 1963-1968), é professor emérito da Universidade Livre de Berlim. Partindo da *Filosofia das formas simbólicas*, de Ernest Cassirer, classificou os meios em primários, secundários e terciários.

Os meios primários indicam o contato direto entre as pessoas; os secundários indicam as formas de comunicação que exigem alguma tecnologia na produção das mensagens (a escrita, o jornal); os terciários, por sua vez, incluem aqueles sistemas, como o rádio e a televisão, que exigem instrumentos técnicos para transmissão e recepção de mensagens. Nessa linha, mostra que todos os meios não passam de mediações tecnológicas da estrutura simbólica vigente na sociedade, que podem ser compreendidas como "parte de uma estrutura de sentido mediada pela comunicação praticada cara a cara pelas pessoas"²³.

Percebemos, com Pross, que os estudos da comunicação devem considerar o lugar onde ela acontece, a primária relação face a face. Os meios tecnológicos ampliam uma estrutura de sentido já existente no lugar onde a pessoa, para utilizar a terminologia dos pesquisadores do GRESET, "negocia com os meios".

Pross considera os meios audiovisuais como portadores técnicos de símbolos: "Os efeitos mais persistentes dos mass

²² Mauro Wilton de Souza, "Comunicação e contexto sócio-cultural", In: *Revista Integração*, p. 9.

²³ Francisco R. Rüdiger, *Introdução à Teoria da Comunicação*, p. 44.

media não são os racionais, mas os emocionais. Eles remetem ao pensamento mítico que não conhece limites entre desejo/cumprimento, imagem/coisa, percepção/representação. A partir da ótica da história das idéias, com os meios eletrônicos é realizável, em escala mundial, a inversão técnica da racionalidade mágica. Não porque isso seja desejado por uma vontade dominadora, mas porque a perfeição dos meios apaga a linha de separação entre símbolo e portador de símbolo, claramente visível em um âmbito primário; e mais, suprime, na prática, esta diferenciação”²⁴.

Para Pross, a mídia cria um pulsar rítmico reiterador do tempo, fato que ele

denomina “mecanismo de ritualização”. Tal ênfase abre um leque de possibilidades de pesquisa a partir de uma das suas intuições básicas: “a função principal da mídia é a de sincronizadora de uma sociedade”²⁵. Harry Pross pode oferecer ricos subsídios para a compreensão do fenômeno interativo meios/público receptor.

Um macrossistema cultural nos facilita a sobrevivência num mundo de signos familiares

Ivanov e Lotman. A semiótica da cultura

V.V. Ivanov (Moscou, Rússia) e I. M. Lotman (Tártu, Estônia) destacaram-se, a partir de 1959, na chamada Escola de Tártu e Moscou. A partir da Quarta Escola de Verão de Tártu, passaram a usar as expressões “semiótica” e “semiótica da cultura” para designar o estudo de “sistemas que reúnem outros sistemas”. Em 1973 participaram, juntamente com Pjatigorskiy, Toporov e Uspenskij, da elaboração das chamadas na tradução italiana. “*Tesi per un'analisi semiotica delle culture*”.

A partir desses autores, podemos estudar as relações entre cultura e não-cultura. Analisando as correlações funcionais en-

tre os diversos sistemas comunicativos, observamos a existência de membranas, fronteiras, que separam a cultura da chamada não-cultura. Para os semioticistas das Escolas de Moscou (ao redor de Ivanov) e Tártu (ao redor de Lotman), a cultura é considerada um território, um espaço, um âmbito delimitado por fronteiras, ao qual se opõem determinados acontecimentos da história ou da atividade humana que se situam fora: a não-cultura. Assim, determinada cultura define qual a sua moda, seu jeito de legislar, sua religião verdadeira, seus costumes preferidos, enfim, podemos ainda dizer, de uma forma mais abrangente, seus símbolos. Para nos afirmarmos como humanos, comuniquemos com todo um macrossistema cultural que nos torna amarrados a ele e que, também, nos facilita a sobrevivência num mundo de signos familiares, como também afirmam Harry Pross e Ivan Bystrina.

Essa abordagem no estudo da cultura também pode dialogar com as formas de *pertencimento* e pode ser utilizada para aprofundarmos a noção dos meios de comunicação como nova praça pública na qual as pessoas buscam (negociam ou rejeitam) suas referências e suas formas de exercitar a cidadania. O rádio, por exemplo, pode ser um meio privilegiado para detectarmos a função dos meios como vínculos que permitem, como já observamos acima, a *sincronização* da vida em sociedade.

Ivan Bystrina e os códigos da cultura

O semioticista tcheco Ivan Bystrina, também jurista, cientista político e cientista das comunicações, publicou, em 1989, sua principal obra: *Semiotik der Kultura* (Semiótica da

²⁴ Harry Pross, *La violencia de los simbolos sociales*, p. 124, apud José Eugenio de Oliveira Menezes, *ONGs - As organizações não-governamentais e seus sistemas de simbologia política*.

²⁵ Harry Pross, apud Norval Baitello Jr., *O animal que parou os relógios*, p. 102.

cultura). A partir dessa obra, lembramos os conceitos de códigos e codificação da cultura, ferramentas que nos ajudam a entender os processos de interação meios/receptores. Por códigos, Bystrina entende as regras de funcionamento das diversas linguagens. Bystrina constata a existência de três tipos de códigos de comunicação profundamente entrelaçados, ligados: os códigos hipolinguais (processos informativos que possibilitam a sobrevivência biológica, intra-individual e intra-orgânica), os códigos linguais (a língua natural, que permite a sobrevivência através da sincronização das atividades de organização coletiva) e os códigos hiperlinguais (com os quais trabalham os textos da cultura, como mitos, histórias, lendas, crenças, religiões, em que o insolúvel – como a morte – é resolvido e o inevitável é evitado).

Estudando os códigos hiperlinguais, Bystrina observa que os processos de codificação da cultura apresentam elementos, regras permanentes que servem de referência para todos os processos de mutação cultural e os identifica como *quatro universais da cultura*. Entre esses quatro universais da cultura, distingue os três primeiros (*dualidade*, como, por exemplo, a noite e o dia; *polaridade*, a valoração negativa e positiva de cada componente, e a *assimetria*, pela qual o negativo é mais forte, como, por exemplo, a morte em relação à vida), que são modeladores de nossa capacidade de percepção do mundo, direcionam nossa capacidade de processar informações. Justamente para responder aos desafios e desvantagens dos três universais anteriores, Bystrina denomina o quarto universal como *compulsão para a ação*, através do qual o homem produz textos de natureza simbólica, organiza mitos, crenças, ritmos, religiões, um conjunto de tecidos que constituem a *segunda realidade*, lá onde sua ação não consegue modificar a *primeira realidade*. A *segunda realidade*, a realidade da cultura, é o conceito que Bystrina contrapõe à *primeira realidade*, aquela

marcada pelas amarras físico-biológicas²⁶. Tais processos de codificação poderão ser enriquecidos no diálogo com o conceito de *pertencimento*, que já destacamos acima.

Charles Sanders Peirce e a Semiótica

No período de 1893 a 1910, o filósofo, lógico e matemático norte-americano Charles Sanders Peirce (1839-1914) escreveu um conjunto de artigos denominados *Logic as semiotic: the theory of signs* (Lógica enquanto semiótica: a teoria dos signos). No conjunto de sua obra, hoje ainda em fase de organização e publicação, aparece com muita frequência a expressão *interpretant*. Explicando essa importante noção, Décio Pignatari apresenta a seguinte reflexão: “Embora a expressão *peirceana interpretant* seja usualmente traduzida como ‘intérprete’, convém esclarecer que *interpretante* não designa tão-somente o intérprete ou usuário do signo, mas antes uma espécie de supersigno ou supercódigo, individual ou coletivo, que reelabora constantemente o seu repertório de signos em confronto com a experiência, conferindo aos signos, em última instância, o seu significado real, prático. O *interpretante*, assim, não é uma ‘coisa’, mas antes o processo relacional pelo qual os signos são absorvidos, utilizados e criados”²⁷.

É claro que Peirce não estava formulando uma teoria da mídia e nem conhecia a chamada cultura das mídias”, denominação com a qual diversos pesquisadores, entre eles Lúcia Santaella²⁸, analisam nossa cultura. No entanto, vemos que, ao estudar os signos, entendendo por signo “toda coisa que substitui outra, representando-a para alguém, sob certos aspectos e em certa medida”, Peirce tam-

²⁶ José Eugenio de Oliveira Menezes, *ONGs – As organizações não-governamentais e seus sistemas de simbologia política*, pp. 136-137.

²⁷ Décio Pignatari, *Informação. Linguagem. Comunicação*, pp. 29-30.

²⁸ Lúcia Santaella, *Cultura das Mídias*, pp. 27-49.

bém oferece uma chave para a leitura do processo de comunicação. Nessa linha, todos são usuários de signos, todos estão trabalhando com alguma “coisa que substitui outra”. Assim, a divisão didático-pedagógica de emissores e receptores, presente desde Aristóteles até Lasswell, poderia ser tratada a partir de um novo enfoque: emissores e receptores são confrontados na prática efetiva dos signos. Ou, para usar as palavras de Pignatari: “*O significado é uma relação entre o interpretante do emissor e o interpretante do receptor; é uma função dos respectivos ‘repertórios’, confrontados na prática efetiva dos signos*”²⁹.

Peirce é acusado de formular uma teoria que não considera as contribuições da sociologia. Compreende-se, pois ele procurou elaborar um edifício lógico que pudesse fundamentar o diálogo entre várias ciências.

Conclusões

Observamos que os meios de comunicação podem ser considerados espaços de construção de sentidos. Ampliam os vínculos primários, que Pross denomina *mídia primária*, e geram um conjunto de vínculos que denominamos sociedade.

Constatamos que as ciências da comunicação devem recuperar a tradição humanista das ciências da cultura e rejeitar a redução positivista da comunicação a explicações causais ou funcionais. Percebemos que o espaço público contemporâneo é, também e especialmente, a sociedade mediática. Os meios colocam vários cenários e as pessoas, diante dos meios e diante dos desafios da vida, vão se identificando ou não com o que é apresentado.

Os nexos entre os estudos culturais e outras diferentes abordagens – Pross, Ivanov e Lotman, Bystrina e Peirce, entre outros – permitem-nos constatar que as ciências da comunicação, tal como Edgar Morin já afirmou em relação à ciên-

cia do homem, ainda estão praticamente no ano zero³⁰.

Dialogando com Harry Pross, percebemos que os meios criam um pulsar rítmico reiterador do tempo e observamos que eles atuam na sincronização da vida em sociedade. Ivanov e Lotman nos desafiaram a perceber que a cultura pode ser considerada um território, um espaço, um âmbito delimitado por fronteiras, ao qual se opõem determinados acontecimentos da história ou da atividade humana que se situam fora: a não-cultura. Bystrina nos lembrou que o homem produz textos de natureza simbólica, organiza mitos, crenças, ritmos, religiões, um conjunto de tecidos que constituem a *segunda realidade*, lá onde sua ação não consegue modificar a *primeira realidade*, aquela marcada pelas amarras físico-biológicas.

A partir de Peirce, constatamos que a relação de emissores e receptores, confrontados na prática efetiva dos signos, é mais ampla que o esquema funcionalista da relação linear entre emissores e receptores descrita por Lasswell.

Assim, ao percebermos as relações entre conceitos de vários pesquisadores das ciências da comunicação e dialogarmos, ainda que de forma introdutória, com correntes epistemológicas tão diferentes, somos desafiados a constatar, como lembramos acima, o quanto ainda estamos no início do estudo da comunicação como ciência da cultura e o quanto podemos aprofundar no entendimento dos meios como espaços de construção de sentidos.

Nexos, redes e teias nos desafiam a buscar o mínimo de orientação na diversidade, a manter o diálogo entre prática e teoria nos fenômenos e nas ciências da comunicação.

²⁹ Décio Pignatari, *Informação. Linguagem. Comunicação*, p. 33.

³⁰ Edgar Morin, *O Enigma do Homem. Para uma nova antropologia*, p. 5.

Referências bibliográficas

- BAITELLO Jr., Norval. *O animal que parou os relógios*. São Paulo: Annablume, 1997.
- BARROS, Antônio Teixeira de. *O rádio e a publicidade no cotidiano de Macabéa: Clarice Lispector e algumas observações sobre a recepção de mensagens radiofônicas e publicitárias*. Site www.uniceub.br. Brasília, 1999.
- BYSTRINA, Ivan. *Tópicos de semiótica da cultura*. São Paulo: Centro Interdisciplinar de Semiótica da Cultura e da Mídia – CISC, 1995, Mimeo.
- COHN, G. (Org.) *Comunicação e indústria cultural*. São Paulo: T. Queiroz Editor, 1987.
- ECO, Umberto. *Apocalípticos e integrados*. São Paulo: Perspectiva, 1976.
- ESCOSTEGUY, Ana Carolina. “Estudos culturais: uma introdução”. In: SILVA, Tomas Tadeu da. (Org.) *O que é, afinal, estudos culturais*. Belo Horizonte: Autêntica, 1999.
- GOMES, Wilson. “Esfera pública política e media: com Habermas, contra Habermas”. In: RUBIM, A.; BENTZ, I.M.G. e PINTO, M.J. (org.) *Produção e recepção dos sentidos mediáticos*. Petrópolis: Vozes, 1998.
- HABERMAS, Jürgen. *Mudança estrutural da esfera pública: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984. Biblioteca Tempo Universitário.
- IVANOV, V.V.; LOTMAN, J.M. et alli. “Tesi per un’analisi semiotica delle culture”. In: PREVIGNANO, Carlo (org.). *La semiotica nei Paesi Slavi*. Milano: Feltrinelli, 1979.
- JACKS, Nilda. *Querência. Cultura regional como mediação simbólica. Um estudo de recepção*. Porto Alegre: Universidade/UFRGS, 1999.
- KEANE, John. “Transformações estruturais da esfera pública”. In: *Comunicação & Política*. Ano 5, 1997, v. 3, nº 2, pp. 6-28.
- LIMA, Venício de. “Repensando a(s) teoria(s) da comunicação. Notas para um debate”. In: MELO, José Marques de (org.) *Teoria e pesquisa em comunicação. Panorama latino-americano*. São Paulo: Cortez/Intercom – Brasília, Cons. de Des. Científico e Tecnológico, 1983. pp. 85-99.
- LIMA, Venício A. de Lima. *Mídia: teoria e política*. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2001.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: Editora da UFRJ, 1997.
- MENEZES, José Eugenio de Oliveira. *ONGs – as organizações não-governamentais e seus sistemas de simbologia política*. Dissertação de Mestrado. São Paulo: PUC, 1995.
- MIÈGE, Bernard. *O pensamento comunicacional*. Petrópolis: Vozes, 2000.
- MORIN, Edgar. *O enigma do homem. Para uma nova antropologia*. Rio de Janeiro: Zahar, 1979.
- OROZCO, Guillermo. “La mediación en juego. Televisión, cultura e audiencias”. In: *Revista Comunicación y Sociedad*, n.10-11. México: 1990/1991.
- OROZCO GOMES, Guillermo. “La audiencia frente a la pantalla. Una exploración del proceso de recepción televisiva”. In: *Revista Dia-logos de la comunicación*, nº 30, FELAFACS, Lima: 1990, pp. 58-63.
- ORTRIWANO, Gisela Swetlana. “Rádio: interatividade entre rosas e espinhos”. In: *Novos olhares*. nº 2, segundo semestre de 1998, CTR/ECA/USP.
- PIGNATARI, Décio. *Informação. Linguagem. Comunicação*. São Paulo: Perspectiva, 1971.
- PROSS, Harry e BETH, Hanno. *Introducción a la ciencia de la comunicación*. Barcelona: Anthropos, 1996.
- PROSS, Harry. *A sociedade do protesto*. São Paulo: Annablume, 1997.
- PROSS, Harry. *Der Mensch im Mediennetz – Orientierung in der Vielfalt* (O homem na rede de comunicação – orientação dentro da multiplicidade). Dusseldorf: Artemis & Winkler, 1996.

- PROSS, Harry e ROMANO, Vicente. *Atrapados en la red mediática. Orientación en la diversidad*. Hondarribia: Argitaletxe Hiru, 1999.
- PROSS, Harry. *La violencia de los símbolos sociales*. Barcelona: Anthropos, 1989.
- RODRIGUES, Adriano Duarte. *O público e o privado. (Revista) Comunicação e linguagens*. Número 2, Porto – Portugal: dezembro de 1985.
- RÜDIGER, Francisco R. *Introdução à teoria da comunicação*. São Paulo: Edicon, 1998.
- SANTAELLA, Lúcia. *Cultura das mídias*. São Paulo: Experimento, 1996.
- SOUZA, Mauro Wilton de (org.) *Sujeito, o lado oculto do receptor*. São Paulo: Brasiliense – ECA/USP, 1995.
- SOUZA, Mauro Wilton de. “Comunicação e contexto sócio-cultural”. In: *Revista Integração*. São Paulo: UCBC/RCR, 1998. p. 9.
- SOUZA, Mauro Wilton de. *(Curso) Recepção e cultura política: O novo espaço público*. São Paulo: CTR/ECA/USP, 2000.