



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

SEMENTES HÍBRIDAS EM CAMPOS CERCADOS¹

Veneza Mayora RONSINI

Professora na Faculdade de Comunicação Social
Universidade Federal de Santa Maria
UFSM

RESUMO - *Propomos discutir como a metodologia aplicada ao consumo cultural pode contribuir para a compreensão das identidades culturais no Brasil no contexto da globalização. O problema de pesquisa diz respeito a relação entre consumo de bens materiais e simbólicos midiáticos internacionalizados e a conformação de estilos ou movimentos culturais, a partir da estruturação da experiência em diferentes classes sociais e da ordenação de identidades híbridas com os recursos provenientes de esferas transnacionais, nacionais e regionais. A metodologia que estamos desenvolvendo combina a etnografia com o método das configurações exposto por Elias, na tentativa de apreender o caráter processual (histórico), político, contrastivo e circunstancial das identidades.*

¹ 1 Trabalho apresentado no I Colóquio Interamericano de Ciências da Comunicação: Brasil - Canada, evento componente do XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04. setembro.2002.



Introdução

Propomos discutir como a metodologia aplicada ao consumo cultural pode contribuir para a compreensão das identidades culturais no Brasil no contexto da globalização que, de um lado possibilita o contato com realidades, símbolos e produtos diversificados; de outro, dificulta para as classes médias e baixas a realização dos anseios e expectativas gerados pelo contato. O problema de pesquisa diz respeito a relação entre consumo de bens materiais e simbólicos midiáticos internacionalizados e a conformação de estilos ou movimentos culturais, a partir da estruturação da experiência em diferentes classes sociais e da ordenação de identidades híbridas com os recursos provenientes de esferas transnacionais, nacionais e regionais.

A metodologia que estamos desenvolvendo combina a etnografia com o método das configurações exposto por Elias, na tentativa de apreender o caráter processual (histórico), político, contrastivo e circunstancial das identidades, visto que o entendimento delas depende do exame: das macroestruturas a partir das quais sujeitos e grupos se movem e da particularidade dos fenômenos sociais. A metodologia de Elias está em sintonia com uma teoria sociológica comprometida em superar o dogma herdado das ciências físicas, segundo o qual "o conjunto das unidades de observação deve explicar-se com a ajuda de medições, a partir do comportamento dos componentes individuais do conjunto" (1990, p. 35) e, ainda, em superar a visão do conjunto sem indivíduos. Neste sentido, ela encontra homologia com a produção teórica de Bourdieu (apud Garnham and Williams, 1980, p.212), também preocupada em questionar dois tipos de escolas de pensamento, as centradas no ator individual (fenomenologia) ou as centradas em observar as regularidades das ações sociais (estruturalismo de Lévi-Strauss ou de Althusser, funcionalismo) mas que ao fazê-lo transformam atores em fantoches.

Parece-nos também que o método das configurações, ao enfatizar as relações entre os agentes, adapta-se ao exame do campo ou espaço social, conforme o conceito de Bourdieu, no qual os agentes e grupos de agentes são definidos pelas posições ocupadas (classes) neste espaço, constituídas, por sua vez, pelo conjunto de forças ou campos nele atuantes (1989, p. 133-136). Os campos são agregados de acordo com a



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

distribuição de espécies de capital ou de poderes - sejam eles econômico, cultural, social e simbólico (geralmente chamado de prestígio, reputação, fama). As posições dos agentes não estão restritas ao lugar ocupado nas relações de produção, de modo que as diferenças sociais dependem de uma articulação entre as espécies de capital. Se o que existe é um espaço de relações, existem classes prováveis, um conjunto de agentes que, potencialmente, poderão se mobilizar politicamente pelas compatibilidades, proximidades e interesses comuns. Conseqüentemente, o que buscamos relacionar no estudo das identidades é a representação que os agentes têm do mundo social, a visão de sua própria posição nesse mundo (identidade social) e a forma como esses dois tipos de representações interferem na constituição de estilos ou movimentos culturais.

A questão específica que buscamos problematizar neste texto é de que forma a amplitude conceitual e contextual exigida pelo tema das identidades contemporâneas pode ser estruturada na pesquisa empírica. Partimos, então, das categorias mediadoras dos usos dos meios de comunicação, sistematizadas por Martín-Barbero (1987) - cotidianidade, temporalidade social e competência cultural-, dando-lhes um novo ordenamento, sem entretanto alterar o sentido delas.

A amplitude contextual diz respeito ao fato de que no mundo globalizado a velocidade dos empréstimos culturais é tão vertiginosa que se chega a pensar que o Estado-nação tem dificuldades para preservar as identidades nacionais, pois as referências locais, nacionais e globais se articulariam pelo alto. O que predomina, afirma Ianni (1999, p. 116), é a multidão de populações ou coletividades nacionais, "dispersas em grupos, etnias, minorias, classes, regiões, culturas, religiões, seitas, línguas, dialetos, tradições culturais, todos membros de uma estranha aldeia global. Articulados pelo alto, desde centros decisórios desterritorializados, recebendo as mesmas mensagens em todos os lugares(...)".

Entretanto, o papel do Estado-Nação ou das classes no mundo globalizado não pode ser subestimado como forças menos importantes na conformação das identidades ou da coesão social, sobretudo na América Latina com uma sociedade civil pouco organizada e com limites entre as classes muito demarcados. Pelo menos, preferimos pensar que essa dispersão ou segmentação pelo consumo é hierarquizada de algum



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

modo pelo poder estatal que mantém as estruturas de domínio capitaneadas desde os centros decisórios hegemônicos: as culturas nacionais, na produção dos símbolos e representações que narram as experiências partilhadas ou as tradições inventadas (estórias, memórias, imagens e conteúdos midiáticos, mitos, literatura, história, rituais) unificam hierarquicamente as diferenças regionais, de classe, étnicas, etc (Hall, 1999).

Vejamos o caso de uma comunidade fronteiriça meridional. Se memória, história e instituições binacionais aproximam cidades fronteiriças (Müller, 2001) na região austral da América do Sul, como Paso de Los Libres (Argentina) e Uruguiana, é também verdade que um acordo econômico como o Mercosul, ao centralizar o poder em Buenos Aires e São Paulo faz com que as populações locais participem como coadjuvantes do processo de "integração" a ponto de ocorrer uma desregionalização, isto é, desvitalização da sociabilidade e dos laços culturais na fronteira. Paradoxalmente, portanto, o processo favorece o nacional em detrimento do regional.

Dos debates teóricos latino-americanos em torno da cultura contemporânea, especificamente aqueles que têm como foco a remodelagem das identidades pelos processos comunicacionais, interessa-nos reter dois aspectos que serão retomados para pensar os métodos de investigação: o da heterogeneidade promovida pela globalização e o caráter híbrido das culturas.

Em primeiro lugar, os prognósticos da subordinação cultural a culturas internacionalizadas não se efetivaram, mas, ao contrário, pelo menos no Brasil, os meios de comunicação passaram da defesa do nacional-popular para a exportação de um modo de produção cultural midiática que Ortiz (1991) denomina de internacional-popular. Ao analisar a televisão brasileira, a publicidade e a indústria fonográfica, o sociólogo percebe uma internacionalização dos padrões produtivos, a vitalização dos mercados de bens simbólicos (publicidade ocupando o sétimo lugar no mercado mundial e a produção fonográfica, o sexto lugar) e ressalta a exportação de um produto como a telenovela. No campo do consumo, Canclini observa que os repertórios locais nas grandes cidades como São Paulo, Buenos Aires e Cidade do México - provenientes das artes cultas ou das populares - se hibridizam cada vez mais com repertórios internacionalizados, ao mesmo tempo que a informação e o entretenimento procedem



de um sistema internacional de produção cultural (1997b, p. 110-112). Relacionando esses dados, pode-se afirmar (pelo menos no Brasil) que enquanto cresce a produção nacional, ela se hibridiza com referências internacionalizadas e o consumo também se internacionaliza.

Quanto ao caráter híbrido das culturas, ele se refere tanto a mescla - no campo da produção e do consumo cultural -entre elementos de diferentes procedências geográficas, quanto o intercâmbio entre hegemônico e subalterno ou culto, popular e massivo. Neste sentido, Canclini afirma que o híbrido pode surgir da incorporação do dominante, da negociação ou da resistência frente ao dominante (1996, p.3-4).

Deste modo, qualquer investigação sobre as relações entre identidades e mídia necessita articular a experiência vivida (local) em diferentes classes sociais com esferas da cultura provenientes de valores, estilos de vida, ideologias transnacionais, nacionais e regionais ou, em outras palavras, com o hibridismo cultural contemporâneo. Já sabemos que hibridismo é uma forma de sobrevivência das culturas no estágio atual do capitalismo, mas sobreviver na América Latina pode significar não só um triunfo das mesclas que somos capazes e portanto do mérito em agregar e incluir, expurgando essencialismos. Mas é preciso ver os limites tênues entre sobrevivência e subserviência. As sementes híbridas semeadas no campo da cultura podem ser mais fracas, a colheita mais frágil, ou é a fragilidade aparente que nos verga com o vento que nos impede das perdas? A metáfora da semente dá conta do caráter processual das identidades, de algo que é um vir a ser, cujo crescimento depende da terra (espaço das relações histórico-sociais) e do material previamente definido na conformação do grão. O cultural híbrido, de qualquer modo, quer dizer algo que se altera sem deixar de existir. Há um descompasso entre as potencialidades dos empréstimos e de escolhas entre campos de cultura que interagem e as possibilidades reais de interação, ou, como afirma Monsiváis (apud Ford, 1999, p.75), "(...) a aldeia global se fragmentará em vilarejos fortificados contra o exterior, cada colônia será uma fortaleza circundada por um fosso, e a juventude será o mesmo que vigilância bélica. Alerta!(...).

A realização das trocas possíveis nas redes virtuais encontram oposição na vida diária em um sistema de estruturas econômicas e sociais extremamente segmentado,



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

tanto entre países ricos e pobres -nós, latinos, dependentes das políticas traçadas por Estados-nações que desenham uma caricatura do Estado pós-fordista dos países hegemônicos (Plá, 1996, p.150) -, como no interior dos países em que a maioria se distancia da minoria e compete ferozmente entre si. De todo modo, as identidades se forjam em campos cercados pelo medo da violência, do tráfico, do desemprego, etc, elas se forjam como sementes híbridas em campos cercados por estruturas determinadas, do local ao global.

Segundo Darci Ribeiro (1999, p. 205-207) estaria havendo uma deculturação das populações urbanas no Brasil tão dramática a ponto das instituições tradicionais estarem perdendo seu poder de controle. A escola não ensina, a igreja não catequiza, os partidos não politizam. Enquanto isso, os meios de comunicação impõe-lhes padrões de consumo inatingíveis e elas, eventualmente, se associam no Carnaval e cerimônias de candomblé ou nas paixões pelo time de futebol. Vale dizer que as poucas referências de brasilidade ainda são capazes de reuni-las.

Se a história da cultura brasileira pode ser esquematicamente definida como sendo a história da assimilação - mecânica ou crítica, passiva ou transformadora- de outras culturas pelas várias classes, quando uma classe importa padrões culturais estrangeiros ou universais é porque ela encontrou neles a expressão de seus próprios interesses de classe (Coutinho apud Lins da Silva, 1983, p. 18).

Talvez nesse argumento repouse a explicação para o afrouxamento dos laços que mantinham a comunidade imaginada dos brasileiros. Vale dizer, o apelo a referências transnacionais poderia ser visto como uma tentativa de integração à Nação, uma vez que as camadas populacionais menos privilegiadas, às quais hoje se soma a classe média pauperizada, percebem a rejeição ao nacional-popular, impregnado da subalternidade da terra tropical. A integração nacional é mais discursiva do que prática (se é que algum dia fomos realmente uma Nação integrada), pois vivemos divididos por enormes distâncias sociais, econômicas e culturais.

Diante da corrosão do espaço público, da perda do interesse na participação política em sindicatos ou partidos e da crescente dificuldade das trocas comunicativas, é preciso investigar se as nossas redes de sociabilidade direta ainda contam muito como



afirmam Santos (2000) e Ford (1999, p. 257), pois a ordem do poder se exerce hoje pela corrosão dos laços que uniam grupos e classes às formas associativas institucionalizadas.

O que as identidades são ou o que elas estão sendo

O conceito de identidade coletiva é pouquíssimo desenvolvido nas Ciências Sociais e complexo o bastante para ser trabalhado na pesquisa empírica. Há entre os autores uma oscilação entre falar de identidades sociais (Cardoso de Oliveira, 1976) e de identidades culturais (Hall, 1999) ou simplesmente usar as noções gerais de cultura (Ortiz, 1994; Canclini, 1997a) e de identidade. Numa observação preliminar não se observa distinção relevante entre cultura e identidade, posto que a cultura abarcaria o conjunto dos processos de significação, isto é, o "conjunto de processos sociais de produção, circulação e consumo da significação na vida social" (Canclini, 1997b, p.35), enquanto identidades organizariam os significados, estes últimos definidos como a identificação simbólica efetuada por um ator social da finalidade da ação praticada por ele (Castells, 1999, p.23). As noções parecem apresentar similitudes: ambas são construções simbólicas, falam de pertencimento em relação a um referente (nação, região, classe, gênero, grupo étnico, etc), estão imbricadas com a vida cotidiana e com a estrutura social.

O desenvolvimento do conceito em direção a uma definição menos sujeita a conotações ambíguas, deverá resultar na separação mais clara entre elas, do mesmo modo que aconteceu com os termos cultura e sociedade. Uma relação provisória entre as noções sugere que a cultura organiza as identidades e as identidades organizam os significados. Usaremos, então, o termo identidades para nomear os processos simbólicos de pertencimento em relação a referentes variados como cultura, nação, classe, grupo étnico ou gênero. Tais referentes dizem respeito a aspectos objetivos como



posição do sujeito na estrutura social e a aspectos subjetivos ou discursivos que os atores utilizam para incluírem-se/excluírem-se na estrutura social.

Vale dizer, o termo identidade deve responder às seguintes perguntas: quem os atores são? quem eles crêem que são? quem imagem têm socialmente? quem eles querem ser? Assim como um ator social não é, mas está sendo (Romero, 1996, p.411-412), a identidade é um processo de fazer-se, individualmente e coletivamente, na experiência social com os repertórios disponíveis ou desejados que são confrontados ou abandonados de acordo com a circunstância e a conveniência.

As quatro características da concepção - política, contrastiva, circunstancial e discursiva - dão conta do seu modo de operar. Em primeiro lugar, entende-se que os processos sociais envolvidos na formação e manutenção da identidade são determinados pela estrutura social (Bergman e Luckmann, 1994, p. 228), de forma que quanto mais subalterno é o grupo, maior a dificuldade em legitimar ou expressar sua identidade. Em segundo lugar, a identidade não pode ser definida em termos absolutos, mas pela relação contrastiva com outros grupos, a definição de um "nós" implica o contraste com "outros" (Cardoso de Oliveira, 1976, p.5). Em terceiro lugar, ela é utilizada pelo grupo ou pelo indivíduo nas relações sociais de modo a preservar certos interesses em jogo. Podemos imaginar duas pessoas de pele mulata, as quais uma delas se identifica como de cor branca e é aceita como tal pela situação socioeconômica favorável; outra pessoa, para se beneficiar da lei das quotas e entrar com mais facilidade em um emprego público, opta por ser identificado como negra. Em quarto lugar, ela envolve um conjunto de representações, ideologias e estigmas que são narrados e imaginados.

Os métodos e as categorias

O método das configurações, preocupação constante na obra do sociólogo N. Elias, comporta dois níveis articulados de estruturas de poder (aquelas situadas nas relações entre os Estados e aquelas que modelam o interior das sociedades nacionais), os quais formam uma configuração social completa (1990, p.45-46). Está baseado na negação do pressuposto de que os fenômenos sociais seriam combinações de variáveis, pois lhe é estranha a idéia de que os indivíduos devem primeiro serem estudados



isoladamente e de que as configurações que compõem entre si derivam do que eles são sem elas. Em outras palavras, seus elementos só podem ser descritos em suas propriedades pela posição e função que têm em uma configuração dada. Nas pesquisas sociológicas, o modelo possibilita a construção de modelos de grande e pequena escala, a criação, desenvolvimento e revisão de hipóteses e teorias (2000, p. 56-57).

Outro aspecto do modelo a ser ressaltado é que as explicações mais amplas que podemos obter são decorrentes do estudo dos objetos como partes de um movimento temporal, o que permite trabalhar com sociedade e cultura - que para ele são fenômenos diferenciáveis, mas inseparáveis - como categorias processuais. As vantagens dessa abordagem são óbvias, ela impede que o conceito de estrutura social seja percebido como algo fixo, como uma estrutura permanente pois incorpora o movimento das estruturas no tempo.

Demonstraremos agora, como aplicar o modelo nas pesquisas acerca dos usos sociais dos meios de comunicação, já que em outro texto expusemos os limites e as vantagens da etnografia como método (2001). Retomando a questão de que os processos midiáticos -da produção à recepção- são hoje determinados por relações transnacionais, pretendemos abarcar os usos sociais das velhas e novas tecnologias da informação/comunicação por intermédio da combinação de dois níveis de processos: o nível relativo a processos que possuem um elevado grau de autonomia e capacidade de auto-regulação (organização do campo social, político, econômico e cultural em termos globais); aquele relativo a processos parciais intimamente entrelaçados e cujas partes constituintes são tão interdependentes que não podem ser separadas do conjunto (organização espacial e temporal do cotidiano das classes). Significa tomar grupos de indivíduos no interior das classes sociais como unidades parciais da unidade total que é o Estado-Nação - como entidade política que determina parcialmente a constituição de sua estrutura interna em função da sua dependência dos processos capitalistas globalizados.

Quais as relações que estabelecemos a partir daí com a mídia? O espaço tornado único à medida que os lugares se globalizam e o tempo do eterno presente (contraposto com o passado sempre descartado como algo ultrapassado), que se apresentam na mídia



como coisas nas quais podemos nos inserir, choca-se com espaços e tempos vividos em sociedades fraturadas por barreiras de classe. E o tempo se unifica, segundo Santos (1994, p.43), pela generalização das necessidades, dos gostos e dos desejos humanos. Mas essa generalização é segmentada pois, conforme explica Ortiz, a globalização se realiza pela segmentação ou nivelamento cultural. Assim, há mais afinidades entre segmentos juvenis de diferentes países do que pode existir entre eles e faixas etárias da população num mesmo território nacional.

Estamos supondo aqui uma segunda segmentação, que distribuiria os jovens por lealdades transnacionais em diferentes classes, mesmo sabendo que o caráter dos empréstimos culturais não nos permita vincular, rigidamente, classes com estratos culturais.

Apesar das pesquisas de audiência crescerem desde a década de 1980, as contribuições conceituais de Martín-Barbero e García Canclini para o desenvolvimento dos estudos culturais na América Latina são maiores do que os resultados empíricos acerca dos usos dos meios massivos (Lozano, 1996, p. 165) que avançaram até o limite para mostrar: a) que a quantidade de importação e exposição das audiências aos programas transnacionais não tem como correlato imediato a incorporação de valores; b) que os receptores se apropriam de discursos que competem entre si pela hegemonia dos significados, tendo a mídia maior ou menor penetração de acordo com o peso das instituições e de suas respectivas formações discursivas.

Nossa tentativa é, então, relacionar sujeito e estrutura social para o entendimento do papel cultural do meios de comunicação em reproduzir as relações sociais de poder ou, mesmo permitir que esses sujeitos imaginem novos modos de articular essas relações. O caminho que escolhemos foi o de pensar as mediações propostas por Martín-Barbero no interior de classes distintas, delimitando o objeto empírico ao estudo comparativo do consumo cultural de grupos juvenis, organizados em estilos juvenis ligados à produção/consumo musical e portadores de identidades híbridas (baseadas em múltiplas referências culturais).

Por cotidianidade entendemos a organização espacial e temporal do cotidiano em diferentes classes sociais, isto é, o locus da sociabilidade, onde a maior ou menor



autonomia dos agentes nesta organização define maior ou menor poder político; por competência cultural, as formas de pensar, sentir, agir, valorar e representar a experiência social que se conformam pela memória, etnia, gêneros, culturas regionais, nacionais, transnacionais. O consumo cultural midiático participa da organização da cotidianidade e da conformação da competência cultural.

No espaço geográfico, formado por um sistema de objetos e um sistema de ações (Santos, 1994, p. 110), consideramos a cidade -como um sistema de bairros, praças, construções, ruas, casas e meios técnicos que são apropriados pelos atores juvenis para dar visibilidade aos seus estilos-, isto é, como um conjunto de lugares públicos e privados que são o palco da ação dos sujeitos, ação de consumir, produzir e dar sentido aos bens materiais e simbólicos. O sistema de ações será definido pelas possibilidades de uso do espaço e do tempo no cotidiano. A temporalidade subalterna (Santos, 1994, p.47) é aquela impossibilitada de usar plenamente o potencial oferecido pelos meios técnicos de informação, assim como podemos afirmar que a espacialidade subalterna é aquela que não consegue inserir-se ou deslocar-se nas redes dos fluxos informativos, por falta de acesso ou de competência cultural.

Desse uso diferenciado do tempo e do espaço globalizado resulta, por um lado, o aumento das convergências entre classes de pessoas mundializadas e divergências entre classes de pessoas não-mundializadas. Essa divergência talvez explique as formas concretas da realização da globalização no cotidiano por intermédio da violência ou das disputas simbólicas sobre o valor dos objetos e de pessoas na hierarquia social: o menino se sente partícipe do seu tempo, quando consegue um tênis Nike ou os jovens de classe alta quando são aceitos no grupo mediante a exibição de grifes. Concomitantemente, há uma unificação das temporalidades entre gerações pela apropriação de sistemas de objetos e de formas de comportamento considerados como sistemas modernos. A mídia alimenta tanto a convergência como a divergência entre grupos distintos, mas seu poder hegemônico reside em unificar segmentando ou, compor um relato em que todas as segmentações podem ser incluídas no fluxo do consumo. A transformação de pessoas comuns em celebridades nos reality-shows é a conversão de seres humanos em ratos de laboratório para demonstrar que todos têm habilidades específicas que podem ser trocadas por dinheiro.



Essa segmentação dos públicos e de gerações pelas necessidades intrínsecas dos mercados poderá criar entre as pessoas uma visão de mundo compartimental ao reforçar uma idéia de incomunicabilidade entre diferentes segmentos sociais, sejam eles baseados em classes, idades, gênero, etnia, etc.

Quando tomamos a classe como quadro de referência segundo o qual o indivíduo representa o mundo e a si mesmo, supõe-se que no fluxo unificado do espaço-tempo global hajam modos diferenciados de viver e representar o espaço-tempo cotidianos. É assim, por exemplo, que a temporalidade social é a forma que o indivíduo imprime ao ritmo das atividades diárias e seu modo de avaliar as mudanças no seu modo de pensar, de se comportar e de atribuir valor às experiências em relação ao modo de fazê-lo das gerações anteriores. Da avaliação desta mudanças depende o nível de integração ou de identificação dos indivíduos com as classes aos quais pertencem e com outros níveis de imaginários compartilhados. Em termos das referências que o Brasil produziu como comunidade imaginada, diz-se que houve uma ruptura dos jovens brasileiros com os ícones que tradicionalmente representaram o país (samba, carnaval, futebol), hoje mais propensos ao gosto por músicas internacionalizadas, festas e eventos tipicamente juvenis, modalidades esportivas como o skate, etc. Implícito está nestes novos modos de identificação, formas de avaliar e planejar a experiência presente em relação ao passado e ao futuro, pois eles expressam que a inclusão ao nacional se dá também por um distanciamento relativo das "tradições" do país ou, em outras palavras, pela desnacionalização ou surgimento de culturas sem memória territorial (Martín-Barbero, 1995, p. 131).

A categoria de competência cultural exposta por Martín-Barbero é uma ampliação do conceito que aparece em Bourdieu para nomear o conhecimento de códigos específicos de uma dada forma cultural, adquirido na família e na escola, e que está associado a padrões de consumo cultural (Granham e Williams, 1980, p. 217), isto é, à natureza dos bens consumidos e o modo de consumi-los (Bourdieu, 1991, p. 11). Ela reúne inúmeras mediações como educação formal, etnias, culturas regionais, locais, híbridos culturais, memória e imaginários (1987, p.241).



Na teoria da reprodução de Bourdieu, a competência cultural decorre ou está relacionada com o habitus, encarado como a internalização das distinções objetivas de classe que se materializa em disposições e atitudes referentes a cultura e em habilidades para utilizar objetos e práticas culturais (Garnham and Williams, 1980, p. 217). Habitus, esclarece Bourdieu, é o princípio gerador (1989) das práticas específicas de classe e o próprio sistema de classificação delas e, argumenta, em *La distinción*, que os estilos de vida se constituem através das competências dadas pelo habitus, da capacidade de produzir práticas e produtos culturais e da capacidade de diferenciá-las e apreciá-las (1991, p.169-170).

Por ora, é importante reter que a competência exigida para campos menos legitimados (que menos distância marcam entre as classes), como o são os meios de comunicação mais populares -rádio e televisão-, depende menos do capital escolar e mais da trajetória social ou do capital econômico (Bourdieu, 1991, p. 84).

O entendimento do papel das novas tecnologias na constituição das identidades contemporâneas é um desafio que só pode ser empreendido no âmbito das relações sociais e culturais (ou das mediações). Até aí nada de novo! Porém o traçado metódico e teórico para dar conta delas, é um longo esforço que acreditamos lograr pisando em terra firme, no campo das práticas. Como quer Wittgenstein (apud Geertz, 200, p. 10), por meio do "atrito" entre teoria e campo social. A especificidade do campo brasileiro é que as culturas híbridas não são apenas resultado da escolha dos grãos, mas das cercas que delimitam a forma que podem ter seus frutos. Na América Latina como um todo, uma das mais eficazes para o sistema é aquela que distancia os grupos sociais. E se os meios de comunicação configuram hoje, o dispositivo mais poderoso de dissolução de um horizonte cultural nacional comum, passando a constitui-se em mediadores da heterogênea trama de imaginários (Martín-Barbero, 1997, p. 20), podemos indagar se as diferentes classes sociais, enclausuradas em campos distantes uns dos outros, estão buscando no imaginário internacional uma forma de integração com a Nação. Na observação das demandas dos estilos juvenis ligados ao consumo e/ou produção musical(hip hop e punk), vê-se que reivindicam seus direitos de cidadãos identificando-se com jovens na mesma condição subalterna, de qualquer outro país. De alguma forma, a valorização que procuram não está no Brasil, nas coisas nacionais porque,



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

afinal, o Brasil que eles almejam é tão inalcançável como qualquer outro país. É, portanto, na imbricação entre espaço/tempo cotidianos e competência cultural que poderemos compreender o uso social dos meios de comunicação na constituição das identidades híbridas do mundo globalizado.

Referências bibliográficas:

BERGER, Peter e LUCKMANN, Thomas. A construção social da realidade. Petrópolis: Vozes, 1985.

BOURDIEU, Pierre. O poder simbólico. Lisboa: Difel, 1989.

_____. La distinción. Criterio y bases sociales del gusto. Madrid: Taurus, 1991.

CARDOSO de OLIVEIRA, Roberto. Identidade, etnia e estrutura social. São Paulo: Pioneira, 1976.

CASTELLS, Manuel. O poder da identidade. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1999.

ELIAS, Norbert. Compromiso y distanciamiento. Barcelona: Península, 1990.

_____. Sobre o tempo. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1998.

ELIAS, Norbert e SCOTSON, John. Os estabelecidos e os outsiders. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2000.

FORD, Aníbal. Navegações: comunicação, cultura e crise. Rio de Janeiro: UFRJ, 1999.

GEERTZ, Clifford. Nova luz sobre a Antropologia. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

GARCÍA CANCLINI, Néstor. Culturas Híbridas. São Paulo: Edusp, 1997a.

_____. Cultura y Comunicación: entre lo global y lo local. Buenos Aires: Universidad Nacional de La Plata, 1997b.

_____. Culturas Híbridas y estrategias comunicacionales. Cultural Boundaries: identity and communication in Latin America. Universidad de Stirling, 16-18 de octubre de 1996.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

GARNHAM, Nicholas and WILLIAMS, Raymond. Pierre Bourdieu and the sociology of culture: an introduction. *Media, Culture and Society*, v.2, n. 3, July 1980.

HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A, 1999.

IANNI, Octávio. *A sociedade global*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1999.

LINS da SILVA, Carlos. E. Comunicação transnacional e cultura brasileira. *Comunicação & Sociedade*, n. 9, junho 1983, p.3-34.

LOZANO, José C. Media reception on the Mexican Border with the United States. In: McANANY, Emile G and WILKINSON, Kenton T.(ed.) *Mass media and free trade. Nafta and Cultural Industries*. Austin: University of Texas, 1996, p. 157-186.

MARTÍN-BARBERO, J. *De los medios a las mediaciones*. Barcelona: Gustavo Gili, 1987.

_____. *Pre-textos. Conversaciones sobre la comunicación y sus contextos*. Cali, Universidad del Valle, 1995.

MARTÍN-BARBERO, J. et al. *El miedo a los medios. Política, comunicación y nuevos modos de representación*. Bogotá: IEPRI/FESCOL, 1997, p.13-32.

MARTÍN-BARBERO, J e BARCELOS, Cláudia. Comunicação e mediações culturais. *Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, v. XXIII, n. 1, janeiro/junho de 2000, p. 151-163.

ORTIZ, Renato. *A moderna tradição brasileira*. São Paulo: Brasiliense, 1991.

_____. *Mundialização e cultura*. São Paulo: Brasiliense, 1994.

PLÁ, Alberto. Del Estado Nacional(centralizado) al Estado del ajuste neoliberal (posfordista) en America Latina. Una aproximación histórico-metodológica. In: DAYRELL Eliane G.; IOKOI, Zilda M. G.(orgs.). *América Latina Contemporânea: desafios e perspectivas*. São Paulo: Edusp, 1996, p. 147-160.

RIBEIRO, Darci. *O povo brasileiro*. São Paulo: Cia da Letras, 1996.

ROMERO, Luis Alberto. Los sectores populares em las ciudades latinoamericanas a principios de siglo: una aproximación a su estudio. In: DAYRELL Eliane G.; IOKOI,



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

Zilda M. G.(orgs,) América Latina Contemporânea: desafios e perspectivas. São Paulo: Edusp, 1996, p. 403-414.

RONSINI, Veneza M. A etnografia crítica da recepção: miniaturistas em campo.XXIV Congresso Intercom, Campo Grande, 2 a 7 de setembro de 2001.

SANTOS, Milton. Técnica, espaço, tempo. São Paulo: Hucitec, 1994.

_____. Por uma outra globalização. Rio de Janeiro: Record, 2000.

THOMPSON, John B. Ideologia e cultura moderna. Petrópolis: Vozes, 1995.