



A cultura como mecanismo de construção de identidade¹

Susi Berbel Monteiro²

Uniso – Universidade de Sorocaba

¹ Trabalho apresentado no GP Mídia, Cultura e Tecnologia Digitais na América Latina (DT7), do XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Jornalista, Mestre em Comunicação e Cultura pela UNISO (Universidade de Sorocaba).
susi@acessocomunicacao.com.br



Resumo

Em 1967, Maurice Fabre (FABRE, 1967, p.86), em seu livro A História da Comunicação lançava uma questão importante sobre o comportamento humano frente ao crescente desenvolvimento tecnológico. O homem encontrará ou não um novo comportamento? 40 anos depois, à frente de avanços tecnológicos inimagináveis à época de Fabre, a resposta embora evidente, suscita outra questão: sendo o espaço da cultura o campo da sobrevivência psíquica, segundo, Ivan Bystrina (BYSTRINA, 1995, p.12), como o homem responde psiquicamente a estes novos estímulos que permeiam as relações humanas e a vida em sociedade? Propomos uma reflexão em busca de respostas a esta pergunta a partir de uma análise da cultura como mecanismo de construção de identidade. Temos por objetivo lançar um olhar mais acurado sobre a dinâmica sócio-cultural que estava nova sociedade apresenta, com foco do indivíduo.

Palavras-chave

Cultura; Comunicação; Psicologia, Indivíduo; Tecnologia.



Introdução

[...] nossa própria existência não pode ser separada do modo pelo qual nós podemos nos narrar. É contando nossas histórias que nos damos uma identidade. [...] E não há muita diferença se essas histórias são verdadeiras ou falsas: tanto a ficção quanto a história verificável são construções identitárias. (Ricoeur, 1985, p. 213).

Que histórias a sociedade, que tem prioritariamente a tecnologia como fio condutor das relações sociais tem gerado? Que histórias verdadeiras ou falsas temos reproduzido a fim de construirmos nossas próprias identidades?

A partir da memória coletiva, os textos culturais se estabelecem e possibilitam a organização da vida em sociedade. Para Giambattista Vico (Ciência nova.1725-44), a mente humana é modificada no desenvolvimento social e por meio dele. Portanto, as formas culturais constituem-se, para além do desenvolvimento e da organização social, como estrutura balizadora do pensamento e da mente humana.

A sociedade midiática por excelência imprimiu novos modelos de relações sociais e culturais. No período anterior à revolução tecnológica, do emprego de máquinas para mediação da comunicação, as relações que se estabeleciam na sociedade se davam de forma, obviamente, mais direta e valorizavam, portanto, o indivíduo. As histórias eram contadas, passadas de geração a geração. A construção de sentidos e identidades, conclui-se, percorria uma outra dinâmica, na qual a possibilidade de questionamento e crítica era maior. A participação do indivíduo na construção de sentidos e significados se dava de forma mais ativa.

Na aldeia global, o individual cede espaço ao coletivo, prioritariamente. Há um declínio do indivíduo, visto que as relações se estabelecem por mediações tecnológicas. A produção em massa de sentidos e significados já não mais conta com a interação ativa de cada indivíduo. A abundância excessiva de conteúdo descaracteriza a participação individual, gerando em si uma participação mais individualista, egocêntrica e solitária.

A cultura, a ação humana que cria o contexto no qual o homem está absorvido, já não mais pode ser compreendida sem o aparato tecnológico em que se fundamenta nossa sociedade. E o homem, o indivíduo e seu mundo interno? Como responde psiquicamente aos estímulos tecnológicos? Como o indivíduo constrói sua própria identidade a partir do modelo cultural proposto? Buscamos neste artigo, algumas respostas para estas perguntas.



1- O espaço da cultura como campo da sobrevivência psíquica

A organização da vida em sociedade, qualquer que seja sua estrutura ou estágio de evolução, pressupõe a sobrevivência de seus integrantes. O homem, desde os primórdios, organizou-se socialmente a fim de garantir sua própria sobrevivência.

A relação entre os homens em sociedade se dá por meio de textos, que se constituem em complexos significativos com sentido, compostos por signos e regidos por códigos, traduzidos em sistemas de regras específicos. Segundo Ivan Bystrina,

Dizemos que textos são complexos de signos com sentido. Os textos preenchem uma função comunicativa, uma função de participar, de informar – no sentido amplo da palavra. Mas eles preenchem também outras funções, como por exemplo a função estética, ou emotiva e expressiva, ou ainda outras funções sociais.³

De acordo com a função predominante do texto, ainda segundo Bystrina, ele pode ser dividido em três categorias: textos instrumentais, textos racionais e textos criativos e imaginativos. Os textos podem exercer, no entanto, mais de uma função, inclusive simultaneamente.

Atingir o objetivo técnico, cotidiano e pragmático é a função dos textos instrumentais. Estes textos cumprem, portanto, o objetivo de fundamentar as atividades humanas para a sobrevivência do homem enquanto espécie. Expressam as ações mais básicas e elementares que garantem a dinâmica cotidiana da vida.

Os textos racionais, são aqueles lógicos, matemáticos, relativos à ciências naturais. Não têm, necessariamente, aplicabilidade instrumental. Têm sua origem nas chamadas culturas mais civilizadas, como por exemplo a Grécia antiga. Buscam, em linhas gerais, o entendimento e o conhecimento.

Já os textos imaginativos e criativos, dos quais se têm registro nas épocas mais remotas, cumprem uma função psíquica. Não tem aplicabilidade instrumental, nem tão pouco buscam o entendimento racional, ao contrário, visam a superar um medo existencial, natural ao ser humano originalmente sensível e frágil. São entendidos como textos culturais, criados após o nascimento da linguagem. Bystrina argumenta que:

“ A migração para as savanas trouxe a necessidade de solucionar o medo através de suas próprias capacidades psíquicas de engendrar soluções. Aí, o homem cria a segunda realidade, como uma cura para o mal existencial.”

³ Tópicos da Semiótica da Cultura. Aulas de Ivan Bystrina – Maio de 1995 – PUC/SP, pagina 2.



A cultura surge como uma segunda realidade, já inscrita na realidade física e material, para resolver impasses decorrentes da natureza do mundo físico. Embora tenha forte conteúdo racional, é condicionada essencialmente pelo inconsciente.

Para além da sobrevivência material, inserida na primeira realidade, o homem cria os textos culturais, partícipes da segunda realidade, para garantir sua sobrevivência psíquica.

2- O líquido amniótico da cultura: a Semiosféra

Parto deste facto inicial, fundamental, que cada um de nós, queira ou não queira, está ligado por todas as suas fibras materiais, orgânicas, psíquicas, a quanto o rodeia. Não só está preso numa rede, mas é arrastado por um rio. Em redor de nós, por toda a parte, ligações e correntes. (Teilhard de Chardin, “A vida cósmica”, in Escritos do Tempo da Guerra (1916-1919), Lisboa, Portugalíca Editora, 1969, pg.19).

Ao conjunto de toda a matéria viva damos o nome de biosfera. Está disposta sobre toda a superfície do nosso planeta. É neste espaço total, ocupado pela matéria viva, no qual o homem existe.

La biosfera tiene una estructura completamente definida, que determina todo lo que ocurre en ella, sin excepción alguna [...] El hombre, como se observa en la naturaleza, así como todos los organismos vivos, como todo ser vivo, es una función de la biosfera, em um determinado espacio-tiempo de ésta” (V.I. Vernadski, Razmysbleniia naturalista..., t2, pg 32).

Numa determinada etapa de desenvolvimento da biosfera, a partir da atividade racional do homem, surge a Noosfera, caracterizada basicamente pela relação da biosfera e a razão humana, material e espacial. Na concepção de Teilhard de Chardin, a Noosfera é o ecossistema mundial das idéias, é o meio ambiente acrescido da intelectualidade. Tem uma existência material e abarca uma parte do nosso planeta.

Iuri M. Lotman, vai além destas definições. De forma análoga ao conceito de biosfera e noosfera, Lotman identifica uma película sócio, psíquico e cultural que nos envolve, mais ampla e abrangente.

A Semiosféra, segundo Lotman, é o domínio no qual todo o sistema signico pode funcionar, é o espaço no qual se realizam os processos comunicacionais e se produzem novas informações.

“Se puede considerar el universo semiótico como un conjunto de distintos textos y de lenguajes cerrados unos con respecto a los otros. Entonces todo el edificio tendrá el aspecto de estar constituido de distintos ladrillitos. Sin embargo, parece más fructífero el acercamiento contrario: todo el espacio semiótico puede



ser considerado como un mecanismo único (si no como un organismo). Entonces resulta primario no uno u otro ladrillito, sino el ‘gran sistema’, denominado semiosfera. La semiosfera es el espacio fuera del cual es imposible la existencia misma de la semiosis.” (Lotman, 1984:23-24)

Para Lotman, a semiosféra é um contínuo semiótico, que abarca sentidos e significados, idéias e conceitos, textos e linguagens. É um organismo único, formados por distintos atos semióticos, que nos envolve ciclicamente e compreende experiências humanas racionais e inconscientes. É uma malha abstrata que permeia a vida humana.

Lotman, explica que:

Dos conceptos fundamentales en toda semiosfera son: a) el de frontera, que filtra y "es un mecanismo bilingüe que traduce los mensajes externos al lenguaje interno de la semiosfera y a la inversa", además de elaborar la nueva información y adaptarla a las nuevas condiciones; y b) el de diálogo, que permite que entre las dos semiosferas haya ese intercambio de información con la consecuente generación de semiosis o sentidos. (Lotman, 1984:26)

Imerso nesta semiosféra, o homem interage psíquica e socialmente, constrói-se culturalmente.

3- Cultura, sociedade e indivíduo.

A cultura é por definição um fenômeno social. É o mecanismo capaz de modelizar, orientar a organização da vida em sociedade. É uma criação humana, produzida pela coletividade, não por meio de uma memória hereditária, mas pela gravação, pelo registro de experiências históricas passadas.

Compreende toda e qualquer atividade humana: arte, esporte, economia, agricultura, etc.

Raymond Williams, em seu livro *Cultura*, faz alusão ao termo como “um nome para configuração ou generalização do espírito que informa o modo de vida global de determinado povo.”⁴ . Para T. S. Eliot, caracteriza-se como “não só como o modo de vida, mas o modo total de vida de um povo, do nascimento ao túmulo, da manhã até a noite e mesmo durante o sono.”⁵

Embora o termo por sua ambigüidade ofereça uma série de outras definições, para a reflexão proposta neste artigo, ficaremos com os conceitos apontados por Eliot e Williams.

⁴ R. Williams, *Cultura I*, p. 10.

⁵ Eliot T.S. *Notes Towards the Definition of Culture*, p.120.

3.1 – Aspectos inconscientes da cultura

Williams e Eliot concordam que há aspectos inconscientes na cultura que lhes conferem sentido.

Eliot comenta que:

Uma cultura nunca pode ser totalmente consciente – existe nele sempre mais além daquilo de que estamos conscientes, e ela não pode ser planejada, porque é sempre o pano de fundo inconsciente do nosso planejamento... A cultura nunca pode ser trazida inteiramente para a consciência, e a cultura da qual estamos totalmente conscientes nunca é totalidade da cultura. (p.94;107)

Williams, por sua vez, acredita que “a cultura é uma rede de significados e atividades compartilhados jamais auto-consciente como um todo, mas crescendo em direção ao avanço da consciência.”

A concordância entre ambos se limita a esta questão. Williams e Eliot discordam sobre o papel da consciência e da inconsciência na cultura. Para Williams, ambas são aspectos do mesmo processo, enquanto que para Eliot são qualidades de diferentes grupos ou classes sociais.

Interessa-nos, contudo, a título de reflexão, que a cultura, enquanto agente modelizador da sociedade, como mecanismo de construção de identidade age em ambas as dimensões psíquicas: inconsciente e consciente.

A modelização da cultura na sociedade, não exclui a possibilidade de uma cultura individual, visto que, o indivíduo pode interpretar-se a si mesmo como um representante da coletividade. Embora os casos de cultura individual, segundo Iuri Lotman e Boris A. Uspenskii, sejam inevitavelmente secundários no plano histórico, para nossa reflexão assumem importância relevante.⁶

Nosso objetivo é avaliar como na sociedade contemporânea, modelizada pela cultura de massas, o indivíduo, a exemplo da sociedade, constrói sua própria identidade.

3.2 – A cultura de massas

O que colocou o tópico da cultura de maneira mais imediata na agenda da nossa época foi, sem dúvida, a indústria cultural, o fato de que, num desenvolvimento histórico de pós-guerra, a cultura ficou totalmente integrada no processo geral de produção de mercadoria (Terry Eagleton)⁷.

⁶ Lotman E., Uspenskii, Ensaio de Semiótica Soviética, p. 40.

⁷ Eagleton T., A idéia de cultura, p.175.



A formação humanista a que destinava a cultura, perde-se com o surgimento da indústria cultural.

O movimento econômico que se instalou no pós-guerra determinou um outro papel da cultura na sociedade. Também submetida às leis da economia, a cultura transforma-se em mercadoria.

A indústria cultural se instala e toma espaço nas mais diversas manifestações culturais, apropriando-se delas, modelando-as e transformando-as em produtos culturais. O modo de vida social já não mais se referencia à cultura propriamente dita, mais aos produtos da indústria cultural. O que aconteceu, segundo Frederic Jamenson,

[...] foi uma prodigiosa expansão da cultura por meio do âmbito social, a um ponto em que se pode dizer que tudo na nossa vida social – do valor econômico e do poder do Estado, até as práticas e a estrutura da própria psique – tornou-se ‘cultural’ num sentido original e ainda não teorizado.⁸

Esta expansão vertiginosa está intimamente ligada ao meios de produção de massa, aos avanços tecnológicos aplicados aos meios de comunicação.

A cultura se reveste, então, de uma segunda natureza. Como dominante social, absolutamente funcional, ‘constrói’ a vida em sociedade, naturalizando as formas de vida propostas pela regência incondicional da economia.

Cultura e comunicação são, na sociedade contemporânea, conceitos que se entrelaçam e se misturam de forma a confundir-se.

3.3 – Os dinamismos psicossociais da cultura de massas

A ‘realidade’ produzida e frequentemente re-elaborada pela cultura de massas afeta de forma contundente a percepção do indivíduo de seu contexto social, ao mesmo tempo em que propõe novos comportamentos deste mesmo indivíduo, em face desta ‘realidade’.

A teoria funcionalista, não por questões acadêmicas, mas para fins operacionais, foi pioneira nos estudos sobre a interação dos indivíduos na rede social, mediante os meios de comunicação.

Charles R. Wright⁹, define como quatro as funções da comunicação de massa: Detecção prévia do meio-ambiente (coleta e distribuição de informes sobre os

⁸ Jamenson, F. Postmodernism, Or the Cultural Logic of Late Capitalism. *New Left Review*, p.87.

⁹ Wright R. C., *Mass Communication, A Sociological Perspective*, 1964.



acontecimentos do meio), Interpretação e orientação (seleção e avaliação de notícias a fim de orientar o leitor para desejado tipo de reação), Transmissão de cultura (transmissão de valores e normas, atividade educacional) e Entretenimento (atos comunicativos com intenção de distrair).

As atividades acima enumeradas, no entanto, podem exercer além das funções consideradas, disfunções ou efeitos indesejáveis. Manifestas (efeitos pretendidos) ou latentes (efeitos indesejados), a função e a disfunção destas ações comunicacionais estão de forma dispare em toda sociedade, grupos ou indivíduos.

Questiona-se seu efeito sobre o equilíbrio psíquico e a consciência do espectador, público ou consumidor. Em seu ensaio “L’industrie culturelle”, Edgar Morin considera a ação da indústria cultural um desejo das grandes potências em colonizar não mais espaços geográficos, mas “a grande reserva que é a alma humana”.¹⁰

O indivíduo, atomizado frente a uma realidade não vivida, mas projetada, tem poucos recursos sociais e psíquicos para se rebelar contra esta ‘colonização’, como enfatiza Ecléa Bosi¹¹, “[...] parece-nos de especial importância a crescente especialização do trabalho; pseudo-racionalidade, ela atrofia toda riqueza e elasticidade do córtex humano em função de um só desempenho”.

4- A cultura como mecanismo de construção de identidade, na sociedade contemporânea.

Um desafio ao indivíduo contemporâneo. No interior das representações culturais a identidade, coletiva ou individual, é formada e transformada.

No cerne da organização cultural da sociedade, o homem intercambia significados, interioriza-os, elabora-os e estabelece vínculos que lhe são caros na construção de sua própria identidade.

Na sociedade pós-moderna, imerso na cultura de massas, o homem recebe um cem número de estímulos, conscientes e inconscientes, advindos da indústria cultural.

Estruturada de forma a atingir um grande público, uma massa de espectadores, a indústria cultural lança mão de um padrão de representação coletivo, presente no inconsciente.

¹⁰ Morin E., In Communications, número 1, Paris, 1961

¹¹ Bosi E., Cultura de Massas e Cultura Popular, 1970, p.51



Este padrão de representação estabelecido é o dos arquétipos. Segundo C. G. Jung, os arquétipos são representações, no inconsciente coletivo, de alguma experiência arcaica da experiência humana, isto é, de alguma daquelas experiências que todos os seres humanos, em todas as épocas e lugares, já viveram; por isto, é sempre uma imagem coletiva em sua intensidade e atributos.

O arquétipo, em linhas gerais, é uma reserva simbólica de imagens, que de certa forma, explica o que nosso conhecimento consciente não pode esclarecer. É uma forma de estruturar a mente.

Estas formas simbólicas podem ser encontradas nos mitos culturais, referenciais importantes para que o indivíduo desvende e afirme sua personalidade, assim como a sociedade na sua necessidade semelhante de estabelecer uma identidade coletiva.

Os mitos guardam em si uma forma universal, ou seja, independente da cultura onde esteja instalado transmitem os mesmos significados. Possuem uma função específica para o desenvolvimento da psique. Por exemplo, o mito do herói, o mais comum e conhecido no mundo todo: para Jung, esse mito tem como atribuição essencial desenvolver no indivíduo a consciência do ego, suas forças e fraquezas de forma a prepará-lo para as dificuldades naturais da vida. Portanto, estas imagens arquetípicas contidas no inconsciente influenciam e controlam nosso comportamento.

Não casualmente estes símbolos e arquétipos são revividos e recriados nas representações midiáticas. Roland Barthes afirma que o mito, a imagem arquetípica, “é uma forma de discurso, um sistema semiológico e uma modalidade de significação”. (BARTHES, 1975).

Por força da massificação, estes arquétipos são transformados pela indústria cultural em estereótipos. Os modelos apresentados, portanto, respondem a um anseio psíquico do espectador, ao mesmo tempo em que o orientam para um determinado tipo de reação ‘standart’.

No entanto, para efeito de consumo, estas representações são recriadas em larga frequência. O homem pós-moderno, assim, não tem à priori uma identidade fixa.

A motivação para o consumo, enquanto dinâmica psicossocial, se expande para o universo das relações humanas. Como enfatizou Terry Eagleton¹², “A cultura de massa não foi apenas uma afronta à alta cultura, ela sabotou a base moral da vida social”.

¹² Eagleton T., A idéia de cultura, p.142.



Esta falta de relações normais, de acordo Hannah Arendt, é a principal característica do homem de massas. Enquanto indivíduo, fragmentado e abstraído de suas potencialidades, não encontra caminhos para realizar-se como pessoa, não expressa de forma autêntica sua própria existência. Constrói, portanto, uma identidade autômata.

Referências Bibliográficas

- ARENDR H., **Between Past and Future**, N. York, Meridian Books, 1996
- BARTHES, R. **Mitologias**, Ed. Difel, 1975.
- BOSI E., **Cultura de Massas e Cultura Popular**, Editora Vozes, 1970
- BYSTRINA I., **Semiótica da Cultura**. Aulas de Ivan Bystrina– PUC/SP – Maio de 1995.
- CANCLINI, N.G. **Consumidores e Cidadãos. Conflitos multiculturais da globalização**. Editora UFRJ, 1997
- DEBORD, G. **A sociedade do espetáculo**. Comentários sobre a sociedade do espetáculo. Contraponto, 1997 (1967).
- EAGLETON T., **A idéia de cultura**, SP, Editora Unesp, 2005
- ECO, U. **Obra aberta**, São Paulo: Perspectiva, 1986.
- ELIOT T.S., **Notes Towards the Definition of Culture**, Londres, 1948
- FABRE, M., **História da Comunicação**, Norte Editora, 1967.
- JAMENSON, F., **Postmodernism, Or the Cultural Logic of Late Capitalism**. New Left Review
- JUNG, C. **O homem e seus símbolos**. Editora Nova Fronteira, 1964.
- JUNG, C. **XVI/2 – Ab-reação, análise dos sonhos, Transferências**, Ed. Vozes, 1987.
- LOTMAN M. I., **La Semiosfera I**, Semiotica de la cultura y del texto, Ediciones Cátedra, S.A, 1996



MAFFESOLI, M. **O tempo das tribos, o declínio do individualismo nas sociedades de massa**, Editora Forense, 1987.

MARCONDES FILHO, C. **O espelho e a máscara: O enigma da comunicação no caminho do meio**. Discurso Editorial UNIJUI, 2002.

MCLUHAN, M. **O meio são as massa-gens**, Ed. Record, 1969.

MORIN E., **In Communications**, número 1, Paris, 1961

RANDAZZO, S. **A criação de mitos na publicidade**, Editora Rocco, 1997.

RICOEUR P., **Temps et récit** – v. 3. Paris: Éditions du Seuil, 1985.

TEILLARD DE CHARDIN, **A vida cósmica**, in *Escritos do Tempo da Guerra*, Lisboa, Portugália Editora, 1969

VICO, G. **A Ciência Nova**, Rio de Janeiro: Record, 1999. Tradução de Marco Lucchesi.

WILLIAMS R., **Cultura I**, Editora Paz e Terra, 1992

WRIGHT R. C., **Mass Communication**, A Sociological Perspective, Random House, 1964