



MÍDIAS E PÓS-MODERNIDADE: RESSIGNIFICANDO A IDENTIDADE DO RECEPTOR

*Fabiana Piccinin**

Resumo

Este artigo discute a dupla condição do receptor pós-moderno. De um lado, o abandono das teorias funcionalistas colocam o receptor numa nova posição, a de consumidor cultural. A condição de recepção enquanto consumo, em nível micro, reconhece o receptor como indivíduo capaz de produzir diferentes sentidos frente à mesma mensagem. Em nível macro, implica dizer que embora o processo de globalização seja hegemônico, a apropriação dessas idéias é local e heterogênea. Por outro lado, na mesma medida em que o receptor parece conquistar sua emancipação, sua capacidade de produzir sentido, também sofre as contingências da pós-modernidade. Frente às mutações rápidas e constantes deste novo tempo, o indivíduo pós-moderno está num processo de reconstrução contínua de sua identidade. Essa análise é transportada para a realidade dos fumicultores de Santa Cruz na sua relação com as notícias veiculadas pela televisão.

Palavras-chave: Globalização, Identidade, Recepção, Consumo Cultural, Televisão, Fumicultores.

Abstract

This article discusses the post-modern receptor double condition. In one hand, the abandonment of functional theories set the receptor in a new position, as a cultural consumer. The reception condition as use, in micro level, recognize the receptor like an individual able to produce different senses in front of the same message. In macro level, although the globalization process is hegemonious, the appropriation of these ideas is local and heterogeneous. Otherwise, at the same time that the receptor seems to conquer his emancipation, his ability in producing meaning also undergoes the contingences of post-modernity. Staring the fast and constant changes of this new time, the post-modern individual is in a process of the continuous reconstruction of his identity. This analysis

* Professora do Curso de Comunicação Social da UNISC e Mestranda em Desenvolvimento Regional – UNISC.

is transported to the reality of the tobacco growers of Santa Cruz in his relation with the news transmitted by the television.

Keywords: Globalization, Identity, Reception, Cultural User, Television, Tobacco Growers.

Desde o início dos primeiros estudos de recepção baseados em idéias de causa e efeito próprias da teoria funcionalista, muito se tem discutido sobre a condição do receptor no processo comunicacional. As proposições mais recentes falam sobre a necessidade de pousar o olhar sobre o receptor de uma forma outra que não a da primeira concepção adotada no meio deste século, que é a do receptor passivo, refém das intenções não raras perversas da emissão. Essa dicotomia tem sido discutida ao longo desses anos não só por ser reducionista e insuficiente para explicar um fenômeno múltiplo e plural como é a recepção, mas também porque parte em sua origem de idéias equivocadas como a de que os receptores são “tábulas rasas”, são assimiladores potenciais de tudo o que lhes é endereçado, e que portanto é possível manter a dominância de um pólo (a emissão) sobre outro (a recepção). E mais, que a esse endereçamento de mensagem respondem os receptores de modo único e homogêneo, como se fossem indivíduos iguais, capazes de produzirem respostas iguais.

Ao final deste século, essas crenças fundadas na matriz mecanicista entraram em crise, enfraqueceram-se por serem insuficientes e limitadas, e por não darem conta de explicar essas relações entre receptor e emissor. Desde então, novas idéias e propostas vêm tentando explicar o cenário onde se estabelece esse diálogo entre os dois pólos de negociação de sentido: emissores e receptores. A nova idéia acerca da emissão-recepção forçou a admitir que o emissor é sujeito do processo comunicacional e que inúmeras variáveis precisam ser consideradas no pólo da recepção como as situações contextuais e individuais do sujeito receptor.

Mas o fato de rever a condição do receptor frente às mídias no entanto, e colocá-lo na posição de produtor de sentido enquanto consumidor de valores simbólicos e portanto, emancipado da condição de refém a que o reduzia a concepção mecanicista, não é suficiente para resolver todos os problemas envolvidos no processo comunicacional. Concomitantemente ao movimento de reconhecimento do receptor na sua condição de sujeito, outro movimento vem surgindo e provando a sua interferência na construção da identidade dos indivíduos.

Se a relação entre as mídias e os receptores por si só é uma relação sempre marcada pela tensão, é preciso considerar como “complicadoras” as contingências sócio-culturais da sociedade atual, onde o discurso pós-moderno apresenta o fator diversidade como um de seus grandes momentos. Os receptores pós-modernos são os indivíduos que interagem e sofrem as influências de uma determinada época em uma determinada sociedade sob a influência de inúmeros fatores. Por isso é preciso entender do que fala-se quando fala-

se sobre as relações das mídias e do receptor contemporâneo.

O enfraquecimento do Estado-Nação, a fragilização dos limites fronteiriços de territórios e identidades, as influências de diferentes culturas interagindo cada vez mais próximas nos quatro cantos do planeta devido à nova relação espaço-tempo proposta pelas novas tecnologias, os conflitos de identidade advindos disso e o enfraquecimento das instituições representativas da sociedade civil (principalmente em sociedades subdesenvolvidas) parecem criar as lacunas de incertezas necessárias das quais os *media* vão se apropriando, preenchendo este espaço através do seu discurso de oráculo de nosso tempo. Este é o momento de relativização do que até então funcionava como referência para a constituição da identidade dos indivíduos.

Por conta disso, o reconhecimento do receptor-sujeito existe de fato, mas sob a condição simultânea de indivíduo pós-moderno, enfraquecido em suas convicções por viver um momento de fragmentação, de pulverização e da falta de bases sólidas, já que o pós-modernismo é o tempo de mudança e opção incessante (Kumar, 1997), enfim de identidade multifacetada. O sujeito unificado por velhas identidades (Hall, 1997), passa a ser o indivíduo atravessado por novas identidades, fragmentado pelo processo de mudança que abala os antigos quadros de referências responsáveis pela estabilidade do mundo social.

Neste contexto de mudança contínua e de portanto reconstrução ininterrupta, a incerteza deixa espaços abertos em nossas referências, e esses espaços são prontamente ocupados por quem parece ter as respostas às inúmeras indagações. Portanto, os meios de comunicação vão conquistando papel decisivo na sociedade atual e conseqüentemente, tendo implicações mais sérias do que nunca nos novos modelos gestores da sociabilidade e de convivência em sociedade, encontrando na outra ponta do processo receptores-consumidores que legitimam essa reestruturação, feita aos poucos. Este novo ordenamento é amarrado ou costurado pelas práticas culturais que, por conta disso, vão dando o aval e a legitimidade necessária à ação das mídias. Ora, há uma clara intervenção dos mídias em nossas vidas, e mesmo assim os usuários e consumidores não demonstram a preocupação necessária ou proporcional ao poder de intervenção dos meios de comunicação na organização do seu cotidiano. Deixam-nas no seu livre arbítrio realizando por conta disso papel de socializadores e reguladores da convivência e das interações sociais. O espaço de fragilização das instituições formais é o espaço tomado pelos mídias que, funcionando via novas tecnologias, acabam alterando as formas de percepção e comportamento.

Nesse momento, percebe-se que a cultura torna-se instrumento através do qual a crença neoliberal atua e dá as bases para a reprodução do capital. As mídias legitimam, através dos valores culturais, a nova sociedade num mundo de regras próprias. Como diz Ortiz:

Na sociedade mediatizada, as instituições, as práticas sociais e culturais articulam-se diretamente com os meios de comunicação

de tal maneira que a mídia se torna progressivamente o lugar por excelência da produção social de sentido, modificando a ontologia tradicional dos fatos sociais. (Ortiz, 1996, p. 27)

Significa dizer, portanto, que na mesma medida em que passa da condição de objeto para a condição de sujeito do processo comunicacional, o receptor não faz desse momento o seu momento de conquista de anunciabilidade para a sua produção de sentido. Ao invés disso deixa o caminho “livre” para os campos emissores não só veicularem informação, como criarem os acontecimentos.

A instabilidade dos indivíduos gerada pela busca contínua de novas referências faz com que convivam também com a instabilidade social no nível organizativo da sociedade. O processo de globalização tomado como verdade única encontra em cada país uma configuração própria do local, que ora reafirma sua identidade, ora se faz pouco resistir a esse processo transnacional e interage no movimento da cultura mundializada. É o que nos diz Rodrigues:

... a informação atravessa as fronteiras e constitui uma espécie de denominador comum de todas as nações. Deste modo, a visibilidade dos acontecimentos e das pretensões legítimas passou a depender mais da capacidade de encenação mediática do que da força argumentativa das razões ou do exercício da violência legítima. (Rodrigues, 1994, p. 33)

Assim, percebemos que os sujeitos-receptores capazes de fazerem uma leitura própria e particular das mensagens emitidas pelas mídias, convivem ao mesmo tempo com a ameaça de ver sua produção de sentido ofuscada pelo poder de “produzir os acontecimentos” conquistado pelas mídias era pós-moderna. A dinâmica das manifestações culturais se traduz na dinâmica dos meios de comunicação, como por exemplo a televisão que é um importante agente de socialização, rivalizando com a própria família, na medida que o ato de ver Tv envolve uma escolha de agendas pessoais, predisposições e estados de espírito. Além disso, a mídia traduzida aqui pela televisão no caso específico de estudo, constrói as imagens que constituem o processo de formação da identidade nacional e a audiência “atomizada” pode ocasionalmente ser unida por eventos midiáticos. Como diz Esteves:

As conversas dos espectadores sobre os conteúdos dos programas são uma das mais poderosas formas de evidência empírica a ser considerada em qualquer apreciação substantiva e revelação de aspectos sociais e culturais da televisão. É através da conversa sobre a televisão que audiência se forma em determinadas direções, com determinadas características. (Esteves, 1998, p. 160)

Há que considerar o sentimento de pertencimento a uma “comunidade imaginada” que o valor simbólico negociado entre a mídia e a recepção põe em questão quando trata-se por exemplo do telejornal. Por conta disso, a notícia provoca a pauta da discussão cotidiana onde os indivíduos usam o espaço social para discutir os problemas da atualidade (Dahlgren:1997). O conflito já previamente agendado pelos mídia entre os universos da produção (fumicultores) e comercialização (indústria), cria um elo em comum via televisão onde em ambos os lados a negociação de significado vai provocar novas ressignificações sociais. Entre os produtores de fumo, a televidência da Tv é feita através de uma programação de interesses, horários e programas onde se estabelecem vínculos de instituição do real, tornando a Tv o local de referência sobre “os acontecimentos”. As mídias, portanto, adequam sua capacidade de produzir sentido à realidade local. Então, o correto ao fazer essa análise é assumir a condição de que se a oferta se dá sobre bases planetarizadas, o consumo desta oferta é diferenciado pelo ponto de vista local e individual. O fato é que se dermos como certa a tendência globalizante como um movimento homogeneizador, também é preciso admitir que esse efeito não se potencializa, na verdade se fragmenta nas múltiplas tendências, vertentes e particularidades dos movimentos locais, neste caso traduzido pela produção de sentido dos fumicultores frente ao telejornal. Esse encontro dos dois mecanismos se hibridizam, e é exatamente aí o importante papel das mídias indicando a direção das novas identidades.

Essas questões se põem presentes na cotidianidade dos fumicultores, uma vez que a interligação mundial os faz controlar seus estoques de produção de olho nos estoques mundiais. Significa dizer que acompanhando o telejornal local, os produtores estão com suas atenções direcionadas também aos eventos mundiais. E essa mediação entre o local e o global é feita através das mídias dando a direção dos acontecimentos, agendando, tentando “fechar” sentidos, neste caso sobre as questões do universo produtivo fumicultor.

A resposta a essa tentativa de fechamento de sentidos chega aos produtores estabelecendo aí um novo movimento ressemantizador, que em última análise, poderá provocar novos discursos junto à opinião pública. Embora façam eles suas leituras particulares sobre o que vêem e, portanto construam as suas verdades, os produtores têm pouca certeza sobre o que de fato possa ser verdadeiro ou onde com firmeza é possível depositar a confiança. Portanto, ainda que contraponham o que assistem com o que vivem, e isso os faça assumir uma postura suspeita sobre as verdadeiras intenções das mensagens, ainda assim, o resultado são incertezas e incertezas não geram poder nem a anunciabilidade de seus discursos.

Assim, se os fumicultores “lêem” o telejornal com base nas suas experiências, nos seus valores contextuais e suas práticas cotidianas e produzem por isso a sua versão sobre o evento safra de fumo, também a indústria produz o seu discurso ao “ler” o seu telejornal, embora ambos se reportem à mesma fonte. Reconhecer a condição de sujeito dos receptores fumicultores no entanto, parece não ser suficiente para garantir aos produtores

enquanto classe a autonomia necessária para gerenciar esta situação, para fazer valer o seu discurso. Ao invés disso, percebe-se que o poder de agendamento dos mídia se sobrepõe tentando dar o fechamento ao discurso geral sobre a versão dos acontecimentos. Como nos diz Alsina(1993), a notícia é um fenômeno de geração do sistema mass media, enquanto o acontecimento é um fenômeno de percepção do sistema, está relacionado à necessidade dos indivíduos de dar sentido às notícias com as quais interagem.

Na comunidade imaginada os valores disputados são simbólicos e há uma eterna disputa de símbolos e significados entre os sujeitos agentes. O que não garante no entanto um "vencedor" único desta disputa porque a este dar-se-ia o fechamento de sentido e o fechamento de sentido é impossível. No entanto, essa afirmação também não é sinônimo de uma certa distribuição igualitária de sentido. Se há a disputa de sentido conforme afirma-se, então é certo dizer que há desigualdade nas imposições de discurso. O perigoso contudo é perceber que a falta de certezas, a mutação contínua e a fragilização a que estão sujeitos os indivíduos torna-os mais frágeis nesse processo de produção social de sentido. Mais especificamente, nota-se que os produtores de fumo entram em crise frente ao seu próprio discurso ao invés de tornar suas convicções coesas e unidas, ainda que não homogêneas. Essa crise se reflete em posicionamentos pouco convincentes frente à mídia e como manifestação de uma falta de organização interna enquanto classe, um flanco aberto para o avanço do discurso de um campo que parece ocupar o espaço opositor que é a indústria, e que traz seu discurso firme e não titubeante, enfraquecendo as lutas e reivindicações dos produtores.

É nesse jogo que se articula a opinião pública, onde claramente se estabelece uma relação enfraquecida dos produtores com a indústria, não só pelo espólio da atividade econômica fumicultora, mas pelo espólio simbólico, na medida em que a não articulação dos produtores os impede de conquistar a sua anunciabilidade. Muito desta desarticulação deve-se ao fato da fragmentação identitária dos próprios fumicultores, que ora decidem pela defesa seu ideário enquanto classe, ora se rendem à irreversibilidade do discurso neoliberal.

Assim, não basta ao receptor ser visto como sujeito e produtor de significado. A condição de sujeito pós-moderno impõe paradoxalmente aos receptores uma reorganização de suas idéias e referências para que não acabem subjugados ao poder desorganizador das inúmeras tendências pós-modernas. À fragilização identitária é preciso um reordenamento de representações capaz de oferecer subsídios necessários para que a produção de sentido dos produtores se imponha de fato.

Significa dizer, em última análise, que a nova condição dos produtores de fumo, enquanto sujeitos pós-modernos apresenta dois caminhos: ou se tornarem reféns do discurso de maior força e continuarem subjugados ao poderio econômico e simbólico da produção de sentido representada pela indústria, ou articularem seus discursos a fim de buscarem a emancipação nesse processo, tornando a mídia a mediação necessária na

construção desse agendamento. Se a idéia parece próxima de um delírio, é bom lembrar que o que vimos no movimento dos caminhoneiros que pararam as principais estradas do Brasil foi exatamente isso.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALSINA, Miquel Rodrigo. *La construcción de la noticia*. 2. ed. Barcelona: Paidós Comunicación, 1993.
- DALHGREN, Peter. El Periodismo Televisivo como Catalisador. In: DAYAN, Daniel. *En Busca Del Público*. Barcelona: Gedisa, 1997.
- ESTEVES, João Piçarra. *O campo dos media e o desenvolvimento da sociedade moderna*. In: A ética da comunicação. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 1998.
- FEATHERSTONE, Mike. Localismo, globalismo e identidade cultural. *Sociedade e Estado*, Rio de Janeiro, v.11, n. 1, jan/jun 1996.
- HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. 2. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 1998.
- ORTIZ, Renato. *Reinventando a cultura*. Petrópolis: Vozes, 1996.
- RODRIGUES, Adriano. *Comunicação e Cultura*. Lisboa: Editorial Presença, 1993.