

# As relações entre cultura e comunicação: núcleo epistêmico e forma simbólica\*

Jean Caune

Professor emérito da Université Stendhal, Grenoble 3  
Groupe de Recherche sur les Enjeux  
de la Communication (Gresec)  
E-mail: jean.caune@wanadoo.fr

**Resumo:** Este artigo visa destacar as relações internas entre os conceitos de cultura e de comunicação a partir de questões ligadas à inovação e à experimentação social, às indústrias culturais e à transmissão e apropriação do património. Essas relações são igualmente examinadas tanto a partir da dimensão de enunciação do sujeito, quanto nos processos de recepção. Argumentamos que o resultado das relações entre cultura e comunicação intervém como um analisador das interações, influências e mediações consideradas como modalidades de transmissão entre o passado e o presente, entre os espaços públicos e a vida privada.

**Palavras-chave:** enunciação, forma simbólica, mediação cultural, práticas culturais, recepção, significância.

*Le couple culture-communication: noyau épistémique et forme symbolique*

**Resumen:** Cet article vise à mettre en évidence les relations internes entre les concepts de culture et de communication à partir des questions de l'innovation et de l'expérimentation sociale, des industries culturelles et de la transmission et appropriation du patrimoine. Ces relations sont examinées aussi bien à partir de la dimension d'énonciation de la personne, que dans les processus de réception. En effet, le couple de notions culture/communication intervient comme analyseur des interactions, des influences, des médiations considérées comme des modalités de transmission entre le passé et le présent, entre les espaces publics et la vie privée.

**Palabras clave:** énonciation, forme symbolique, médiation culturelle, pratiques culturelles, réception, signification.

*The relations between culture and communication: epistemic core and symbolic form*

**Abstract:** This article aims at highlighting the internal relations between the concepts of culture and communication starting from the questions of innovation and social experimentation, cultural industries, and the transmission and appropriation of inheritance. These relations are principally examined from the dimension of a stating person, as well in the reception processes. Indeed, the culture/communication couple intervenes like an analyzer of the interactions, influences and mediations that are considered as a transmission modality between past and present, public spaces and private life.

**Key words:** enunciation, symbolic form, cultural mediation, cultural practices, reception, significance.

As relações entre as noções polissêmicas de cultura e de comunicação configuram-se, no campo das Ciências da Informação e da Comunicação, em torno de discursos que tratam dos mesmos objetos reais: os meios de comunicação, as práticas culturais, os objetos artísticos, as políticas de comunicação... Existem pelo menos duas grandes perspectivas, duas “formações discursivas”,<sup>1</sup> no sentido atribuído por Foucault, nas quais os discursos eruditos sobre a cultura e a comunicação se cruzam, se imbricam e se hibridam.

Uma primeira perspectiva, que aqui será somente indicada – uma vez que ela é rica, profunda e diversa –, foi traçada pelo pensamento antropológico e filosófico contempo-

\* Este artigo é uma versão revista e ampliada de uma comunicação feita no XVI Congresso da Sociedade Francesa das Ciências de Informação e Comunicação (Société Française des Sciences de l'Information et de la Communication – SFSIC), ocorrido em junho de 2008. Seu objetivo é de precisar o “estado da arte” referente às contribuições teóricas – em primeiro lugar francesas, mas também latino-americanas, a partir do pensamento de Jésus Martin-Barbero – que nos permitem refletir a respeito das relações entre cultura e comunicação.

Traduzido do francês por Ângela Cristina Salgueiro Marques, Doutora em Comunicação Social pela UFMG e atualmente em estágio pós-doutoral junto ao Groupe de Recherche sur les Enjeux de la Communication (Gresec), Université Stendhal, Grenoble 3 – França.

<sup>1</sup> Por “formação discursiva” Michel Foucault tinha em mente o caso dos enunciados dispersos nos quais seria possível detectar certa regularidade entre os objetos de discursos, as condições de enunciação, os conceitos e as escolhas temáticas (Foucault, 1969).

râneo, que se interroga sobre a experiência vivida oriunda da relação que o sujeito falante estabelece com o mundo social. Os discursos que fazem parte dessa perspectiva vão buscar nos saberes específicos da antropologia, da sociologia, da psicologia, da lingüística e da

*Martín-Barbero conjuga sociologia da cultura, estética e filosofia da linguagem, podendo ser considerado um filósofo da globalização da cultura*

psicanálise uma grande parte de seus conceitos. Eles buscam identificar o que, no campo da cultura – tomada em seu sentido amplo –, diz respeito às trocas simbólicas. Assim, as interações, as influências e as mediações culturais são consideradas como modalidades de transmissão entre o passado e o presente, entre os espaços públicos e a vida privada... Esse pensamento, para utilizar uma expressão do lingüista Émile Benveniste, que desenvolve uma lingüística de segunda geração, fundada no conceito de enunciação, distingue dois modos de “significância”, que correspondem à distinção entre língua e discurso. A primeira, a significância semiótica, está ligada à lógica do signo. A segunda, a significância semântica, ligada ao sentido, resulta do mundo da enunciação e do universo do discurso (Benveniste, 1969). Esses dois modos conferem à cultura sua dimensão de mediação que se manifesta, ao mesmo tempo, como produção do sentido e como construção da forma. Eles permitem aos processos culturais funcionarem como espaços nos quais são transmitidas as diversas formas da experiência humana. Para dar um exemplo, me parece que o pensamento de Jesús Martín-Barbero, dentro da literatura produzida na América Latina, diz respeito a essa segunda perspectiva (Martín-Barbero, 2002). De fato, para além de um pensamento

da mistura ou do hibridismo que configura “a trama atual da modernidade e da discontinuidade culturais”;<sup>2</sup> Martín-Barbero conjuga a sociologia da cultura (meios de comunicação de massa), a estética (do folclore às formas populares) e a filosofia da linguagem (práticas de recepção) e, desse ponto de vista, ele pode ser considerado como um filósofo da globalidade da cultura.

Por outro lado, podemos identificar os discursos que tomam diretamente por objeto os fenômenos culturais do ponto de vista dos suportes, dos atores, dos efeitos sobre os receptores, da constituição das formas... Meu objetivo neste artigo é o de, em um primeiro momento, indicar brevemente as contribuições trazidas pelas Ciências da Informação e da Comunicação dentro dessa segunda perspectiva. Em seguida, tentarei definir as ligações possíveis entre as noções de cultura e de comunicação. Enfim, procurarei revelar o centro de conhecimento e a estrutura formal presentes nos discursos do primeiro tipo, no que diz respeito à cultura e à comunicação.

## 1. As práticas culturais do ponto de vista comunicacional

Podemos apontar, sem sombra de dúvida, três domínios de práticas que, antes de serem temáticas de discursos sobre nossa sociedade, foram objetos concretos, elementos de sua transformação: a industrialização da cultura, os processos de inovação e a valorização do patrimônio. As Ciências da Informação e da Comunicação souberam construir um olhar esclarecedor e específico sobre esses domínios. Contentar-nos-emos aqui de mencionar brevemente algumas direções de pesquisa que desempenharam um papel pioneiro.

### 1.1 A inovação técnica e a experimentação social

Para um grande número de pesquisadores das ciências sociais, o modelo da detemi-

<sup>2</sup> Cf. Jesús Martín-Barbero, *Des médias aux médiations: communication, culture et hégémonie*, p.20 tr. francesa, 2002, Paris, CNRS éditions.

nação causal que faz com que as transformações da organização de um empreendimento dependam das inovações técnicas, tanto no domínio da produção quanto no domínio da administração, não é viável.

A experimentação das novas tecnologias ou, mais precisamente, de sua difusão, foi abordada segundo dois procedimentos:

- aquele da oferta que se preocupa com os meios de assegurar a penetração das novas tecnologias;
- aquele da demanda que, contrariamente, tem sua base nas necessidades hipotéticas dos indivíduos e se questiona sobre a capacidade das tecnologias em dar respostas a tais necessidades.

Essa última orientação tem seus fundamentos em uma visão determinista e funcionalista da natureza das necessidades culturais que mostrou seus limites. Ela supõe, na verdade, que o lugar dos novos produtos está profundamente inscrito nas demandas sociais. Ela constrói a hipótese de que cada nova tecnologia corresponde a determinadas atividades ou comportamentos que podem ser isolados.

A inovação é o fruto do encontro entre uma técnica, uma organização e um quadro cultural dentro do qual ela se desenvolve. A técnica, incluindo as relações sociais e a organização, são constituídas através da mediação das técnicas, sejam elas materiais ou relacionais. A convergência entre os fatores técnicos e as condições culturais deram lugar a inúmeros trabalhos, em particular para pensar as condições de difusão da inovação (Flichy, 1995). O modelo “difusionista” da inovação parece ultrapassado, uma vez que a inovação se apresenta como um processo atravessado por conflitos permanentes, pelas estratégias de atores e pelas alianças e compromissos estabelecidos entre eles (Callon, 1989; Latour, 1992). Se considerarmos as práticas sociais e as relações sociais instituídas, veremos que a inovação, que não deve ser reduzida à produção de bens, se desenvolveu de maneira desigual nos domínios da produção e da difusão do saber, da gestão das

instituições, da administração do político, e também no setor do lazer e da cultura.

## 1.2 As indústrias culturais

As inovações técnicas, em matéria de produção e de difusão das imagens e dos sons, participaram da emergência e do desenvolvimento da “época da reprodutibilidade técnica”, da qual Walter Benjamin foi um dos mais apurados analistas. Seu mérito foi o de ressaltar a recepção feita pelo espectador (Benjamin, 1939). Essa época deu origem às indústrias culturais que constituem a sua principal fonte de valor e de lucros. As pesquisas de Martín-Barbero se situam nessa perspectiva. De fato, este autor se recusa a examinar a cultura em sua simples dimensão de enunciado, e a situa como um momento da construção do sujeito individual e coletivo. A cultura, segundo ele, requer ser avaliada em função de sua recepção, das apropriações e dos desvios que ela ocasiona. Estes dois últimos pontos de vista realizam um descentramento da análise cultural. Esse descentramento questiona o modo como a análise cultural pode ser conduzida tanto pelas pessoas que desvalorizam a cultura de massa e as indústrias culturais ilustradas por uma certa esquerda radical, na França e nos Estados Unidos, quanto pelos setores corporativistas que, na França, consideram que a cultura de massa é, em si mesma, um instrumento de alienação (Lasch, 2001). Cinquenta anos depois, Benjamin, assim como Martín-Barbero, rejeita esse ponto de vista funcionalista, que percebe o processo de comunicação de maneira determinista, unívoca e essencialmente determinado pela difusão de conteúdos.

Os primeiros trabalhos franceses sobre as indústrias culturais souberam escapar à visão elitista de Theodor Adorno e de Max Horkheimer, os quais culpavam a indústria cultural de desvirtuar a criação artística (1974). Assim, a tese fundadora da obra *Capitalisme et industries culturelles* (Huet et alii, 1978) desenvolvia uma lógica baseada nos atores, na qual os editores assumem uma função central ao garantir a articulação das atividades artísticas, técnicas,

financeiras... As Ciências da Informação e da Comunicação ocuparam um lugar específico na análise do setor das indústrias culturais. Nesse sentido, a contribuição de Bernard Miège foi a de apreender essas indústrias através dos métodos da sociologia e da economia ao situá-las dentro das lógicas próprias da comunicação (recepção das mensagens, distinção dos suportes técnicos, efeitos de sentido etc.).

As temáticas dessa formação discursiva, relativa aos objetos produzidos pelas indústrias culturais, podem se ligar à questão dos usos dos produtos que dizem de uma experiência de recepção sensível e inteligível. A perspectiva que gera uma intersecção (*regard croisé*) entre o cultural e o comunicacional reside, de um lado, no caráter aleatório (ou incerto) dos valores de uso gerados pelos produtos culturais industrializados e, de outro, no fato de que “a criação artística tende a se transformar na fase de concepção da produção das mercadorias culturais” (Miège, 2000:26). Esse ponto de vista, necessário e singular, que conjuga lógica editorial, especificidade dos suportes técnicos de produção e experiências de recepção sensível, inspirou a obra de Flichy, *Les industries de l'imaginaire* (1999). Ela deu origem a alguns trabalhos que dizem respeito tanto à transformação do espetáculo animado em mercadoria (Bouquillon, 1992), quanto à indústria do disco clássico (Vandiedonck, 1999).

Não podemos ignorar, nessa rápida evocação, a oferta tecnológica e mercadológica no setor da educação. A introdução das novas mídias, em particular aquelas que mobilizam a informática, foi analisada segundo duas perspectivas. A primeira ressalta o deslocamento da função educativa fora da instituição escolar e a segunda interroga o processo de formação das necessidades educativas e de sua adequação às normas das indústrias da cultura e da comunicação (Moeglin, 1998). Esse domínio em expansão constante e o desenvolvimento das formações online abrem um extenso campo de pesquisa no qual se inter cruzam diferentes lógicas editoriais. Estas últimas, por sua vez, dependem dos conteúdos e da interatividade possibilitada pela escrita multimídia.

### 1.3 Da conservação do patrimônio à sua exposição

Um exemplo significativo dessa imbricação/distinção entre cultura e informação pode ser dado pelas duas modalidades de apresentação museológica das obras do passado. Jean-Louis Déotte distingue os “museus miméticos”, que apresentam as obras do passado em sua identidade cultural a partir de uma reconstrução do ambiente vivaz anteriormente existente, dos “museus didáticos”, que conferem destaque aos objetos do passado em sua dimensão informativa através de uma mediação que os retira das condições contextuais (Déotte, 1993). Tal distinção – que diz respeito aos processos de exposição das obras – não aborda os objetos em si mesmos, mas o dispositivo que os transforma, para o visitante, em um objeto cultural e/ou um objeto de saber inscrito dentro de um discurso museológico.

A questão da apresentação do objeto tradicional ou técnico está igualmente em pauta na concepção e na análise museográficas que Élisabeth Caillet define como um “jogo a três” entre o objeto (isolado de sua função inicial), o receptor (localizado em uma posição de expectativa mental e afetiva) e, enfim, o idealizador da exposição, que deseja “passar uma mensagem” (Caillet, 1995). A exposição, considerada como uma enunciação de seu organizador (*commissaire*),<sup>3</sup> é analisada por Bernadette Dufrêne como uma mídia, ou seja, como um dispositivo tecnológico que comunica informações e organiza relações com um público dentro do quadro de um sistema institucional (Dufrêne, 2000). Esse intuito de compreensão da exposição como uma mídia só adquire sentido se examinamos, de um lado, a articulação entre o dispositivo técnico desenvolvido em um espaço e, de outro lado, as condições que determinam sua concepção e sua realização. Jean Davallon, ao considerar a exposição como artefato, ou seja, como um objeto

<sup>3</sup> N.d.T: O termo “commissaire” indica aqui uma pessoa encarregada de verificar o bom desenvolvimento de um projeto.

que resulta da criação e da utilização de uma técnica, transforma-a em uma produção cultural específica. Ele coloca em evidência a *intencionalidade comunicacional* presente na produção da exposição (Davallon, 2000). Tal concepção, que confere à exposição uma dupla dimensão de significação e de comunicação, possui uma natureza semântico-pragmática. Assim, o sentido da exposição consiste em investigar os efeitos que ela provoca sobre o receptor: ao mesmo tempo no plano sensível e no plano inteligível. O estatuto da exposição como um agenciamento de coisas não a define como um objeto semiótico *a priori*. Ela se transforma em tal objeto através da atividade de compreensão do visitante dentro do quadro comunicacional no qual a exposição se inscreve. Essa abordagem, que conjuga o objeto cultural e a perspectiva comunicacional, nos obriga a interrogar os tipos de relações que caracterizam a exposição, independentemente de seus conteúdos e de sua apresentação (*mise en scène*).

Meu objetivo é o de efetuar uma operação de articulação entre os dois tipos de discurso acima mencionados, a fim de examinar como as noções de cultura e de comunicação se entrecruzam e estabelecem seus contornos dentro do campo das ciências sociais e humanas. Desejo, portanto, estabelecer as fronteiras elásticas nas quais os processos comunicacionais e os fenômenos culturais se confrontam para tecer os temas de uma experiência partilhada.

## 2. Os modos de articulação

A aproximação entre as noções de cultura e de comunicação não é da ordem das circunstâncias históricas ou técnicas, ainda que a industrialização da cultura e o desenvolvimento das comunicações de massa tenham contribuído a deslocar as fronteiras, a modificar os atores e a confundir as funções. Na verdade, a cultura e a comunicação formam uma estranha parceria. Uma não se constitui nem se explica sem a outra. Os fenômenos não são nem perfeitamente ajustados (um contendo o outro) – a cultura apresentando-

se como um conteúdo veiculado pela comunicação – nem situados em planos paralelos, em correspondência analógica.

### 2.1 Abordagem pretendida

As distinções necessárias entre cultura e comunicação se definem em um campo de conhecimento trabalhado pelas ciências humanas e sociais e delimitado pelas condições materiais, técnicas e políticas de uma sociedade. Dito de outra maneira, essas distinções devem remeter a uma inscrição dentro de uma história dos modos de produção e de difusão das informações, das técnicas de comunicação, dos dispositivos de circulação e de recepção da arte. As questões que aqui se apresentam são de duas naturezas.



*A aproximação entre as noções de cultura e de comunicação não é da ordem das circunstâncias históricas ou técnicas. Uma não se constitui sem a outra*

A primeira diz respeito à identificação dos traços comuns aos processos culturais e aos processos de comunicação (Caune, 2006). A partir dessa proximidade conceitual podemos notar que a reflexão sobre os fatos da cultura e sobre os modos de comunicação nos coloca diante da questão das relações entre indivíduo e sociedade. Se a cultura é um fato de sociedade, só pode existir uma cultura manifesta, transmitida e vivida pelo indivíduo. Se os suportes de comunicação são específicos de uma determinada sociedade, as relações de comunicação envolvem os indivíduos através das relações intersubjetivas e através dos fenômenos de recepção ligados aos meios de comunicação. O segundo ponto relaciona-se aos respectivos papéis desempenhados por esses fenômenos na construção da realidade social e do mundo vivido. A con-

vergência das tecnologias da informação e da comunicação produz vários efeitos sobre os processos de produção e de difusão do saber, sobre as maneiras de pensar, sobre o lazer e, de modo mais geral, sobre os comportamentos e as identidades culturais. Uma das importantes contribuições de Martín-Barbero, no que concerne ao plano do poder que a cultura possui de construir identidades coletivas, é a de recusar a oposição entre cultura

*A convergência das tecnologias da informação e da comunicação produz vários efeitos, de modo mais geral, sobre os comportamentos e as identidades culturais*



popular e cultura de massa, ao examinar as “matrizes históricas das mediações de massa”, sendo que a primeira imagem da massa é dada por uma imagem unificada do popular, por exemplo, através do melodrama, esse “grande espetáculo popular” (Martín-Barbero, 2000). A possibilidade de pensar as relações que existem entre a cultura de massa e o popular se realiza por meio da articulação entre as técnicas de comunicação, tal como elas se mobilizam na narração e na recepção – nas relações entre a escritura e a leitura. É assim que para Martín-Barbero se estabelece a mediação entre real e imaginário efetuada pela cultura de massa.

Enquanto os fenômenos da cultura e da comunicação se superpõem de maneira cada vez mais freqüente, uma boa parte da comunicação institucional negligencia o contexto de recepção e o *horizonte de expectativa* daqueles aos quais ela se remete. Em outras palavras, muito freqüentemente a comunicação se mostra como puro objeto, uma transferência de informação, indiferente ao tempo e ao espaço de apropriação dos usuários.

## 2.2 Um processo em um mundo de relações

As Ciências da Informação e da Comunicação podem ser questionadas por descreverem e oferecerem modelos de compreensão dos fenômenos culturais. O domínio da cultura – extenso, ambíguo e polêmico – deve ser esclarecido, tanto em seus elementos constitutivos e suas relações, quanto em suas formas e seus processos. O fenômeno cultural deve ser compreendido por meio de uma justaposição, de um lado, das condições sociais que o determinam e, de outro lado, dos processos psíquicos e simbólicos que lhe conferem uma significação para um dado grupo. A cultura só existe como “fato social total” devido à sua manifestação como expressão de uma experiência individual na qual se combinam o psiquismo e a coporeidade, os signos e os comportamentos, os valores e as normas. As temáticas comuns à cultura e à comunicação conjugam aspirações e medos, nostalgias e objetivos políticos. Elas focalizam as expectativas e conferem uma dimensão operatória às novas tecnologias de informação e comunicação, atualizando as utopias de transparência e de globalização anunciadas pela cibernética desde o fim da Segunda Guerra Mundial (Wiener, 1952). Em um mundo entregue à globalização das trocas, à difusão e à convergência das técnicas de comunicação, o espaço ocupado, dominado e apropriado pelo homem e suas produções encontrou seu limite.

## 2.3 Abordagem cultural da comunicação

Nenhuma figura da dualidade, da complementaridade, da oposição ou da diferença satisfaz a relação de inclusão recíproca que faz com que um fenômeno cultural funcione também como processo de comunicação, ou que um modo de comunicação seja também uma forma de manifestação da cultura. Essa implicação recíproca é particularmente sensível em certas correntes da antropologia anglo-saxônica (G. Bateson & J. Ruesch, 1988; E. T. Hall, 1971, 1984). Duas concepções alternativas da comunicação estão particularmen-

te presentes na cultura americana do século XIX, sendo que ambas possuem uma origem religiosa: um ponto de vista da transmissão e outro ponto de vista “ritual” (Carey, 1989).

O primeiro ponto de vista concebe a comunicação como processo de transmissão e de distribuição de mensagens, a fim de obter um controle do espaço e de seus habitantes. Essa visão possui certamente motivações políticas e mercantis, mas, se considerarmos a especificidade da cultura americana, o primeiro motivo dessa conquista do espaço é trazido pelos puritanos da Nova Inglaterra que, querendo escapar do Velho Mundo, alimentam o desejo de criar uma nova vida e de fundar uma Nova Jerusalém. O segundo ponto de vista “ritual” nos remete, evidentemente, a uma dimensão etimológica do termo “comunicação”, que evidencia a idéia de partilha, de comunhão. Tal ponto de vista, que podemos qualificar de “cultural”, destina-se a organizar o processo de partilha da crença através do tempo e não do espaço. Ele percebe a comunicação como a construção e a manutenção de uma ordem significativa sobre o plano cultural. Essa abordagem privilegia os processos simbólicos que projetam os ideais de comunidade e os incorporam sob formas materiais e artificiais: dança, teatro, cerimônias, narrativas etc.

Carey salienta que esse segundo ponto de vista sobre a comunicação está longe de ser predominante nos estudos dos meios de comunicação. Esse ponto cego resultaria da fragilidade e da fluidez da noção de cultura no pensamento americano. A explicação construída por Carey é instigante. Segundo ele, o desinteresse pela idéia de cultura, no contexto da concepção dominante da comunicação, seria o resultado de um individualismo obsessivo que confere à vida psicológica uma dimensão primordial; de uma perspectiva puritana que desdenha toda atividade que não é orientada pelo trabalho e, enfim, de uma separação entre ciência e cultura: a ciência produziria a verdade, enquanto a cultura estaria ligada ao erro etnocêntrico.

### 3. Orientações epistemológicas e cruzamentos teóricos

No colóquio *Technologies et symboliques de la communication*, Lucien Sfez, seu organizador, fez a seguinte pergunta: “Seria possível traçar uma configuração de uma *episteme*, a partir do tema central da comunicação, e nos perguntarmos se existe aí uma *episteme* em formação capaz de se transformar no quadro de referência para várias gerações de pesquisadores?” (1990:10). Sfez concebia a comunicação como instalada em um tipo de continuidade que vai do núcleo epistêmico à forma simbólica, e esta última sendo definida, tal como propõem Ernst Cassirer e Erwin Panofsky, como um quadro de representações que organiza a visão e o pensamento do mundo. A noção de forma simbólica, somada àquela de configuração da *episteme*, se aplicaria igualmente aos domínios das atividades humanas tais como: “a percepção (visão, audição, olfato, tato), as posições do corpo, as condutas, as maneiras de falar ou de se comportar à mesa, até o mais insignificante comportamento social e político” (Sfez, 1990:11). Essa observação é de grande importância, pois ela posiciona a cultura vivida no mesmo *continuum* que a comunicação.

#### 3.1 Duas faces de uma mesma configuração

O que é heurístico na proposição de Sfez relaciona-se à compreensão do pensamento comunicacional como a articulação entre uma *episteme* e uma forma simbólica. Essa perspectiva, que ainda está por ser contruída, nos parece fecunda por várias razões:

- A primeira é que essa associação vale igualmente para a cultura concebida em seu sentido antropológico;
- A segunda é que ela permite uma articulação, tanto no caso da comunicação quanto no caso da cultura, entre uma razão inteligível e uma razão sensível (Caune, 1997);
- A terceira razão deve ser buscada no fato de que a forma simbólica se realiza através de uma mediação técnica da relação sujeito-objeto ou sujeito-sujeito;

- Enfim, essa associação nos permite perceber os objetos e os processos comunicacionais através da determinação de seus conteúdos e, ao mesmo tempo, a partir de suas estruturas formais, as quais os inscrevem em seu espaço de existência.

As relações entre cultura e comunicação são mais bem teorizadas se elas encontram a ocasião de se apoiarem em uma abordagem hermenêutica fundada por Wilhelm Dilthey e retomada por Hans G. Gadamer (1996) e Paul Ricoeur (1986) à partir da idéia de experiência (Caune, 1997). Essa abordagem foi ilustrada por Victor Turner, em particular no âmbito da antropologia da “performance”, na qual ela ocupa uma parte essencial da antropologia da experiência (1982).<sup>4</sup> Turner se refere ao conceito de experiência vivida (*Erlebnis*) forjado por Wilhelm Dilthey no final do século XIX. Este último concebia a experiência vivida através de categorias formais: unidade e multiplicidade, semelhança e diferença, parte e totalidade. Esses são, para Dilthey, os conceitos elementares que organizam essas categorias formais, independentemente se sua manifestação ocorre de forma natural, em uma instituição cultural ou sob a forma de um acontecimento psíquico. As ciências do espírito implicam a capacidade de se colocar dentro da vida psíquica do outro. O homem não é radicalmente um estranho para outro homem, porque ele dá sinais de sua própria existência. “Compreender esses sinais é compreender o homem” (Ricoeur, 1986:83). Essa perspectiva hermenêutica é fundamental para a análise da cultura e da comunicação. As manifestações culturais se transmitem e podem ser analisadas devido à natureza do psiquismo

<sup>4</sup> A performance, seja ela apresentada através de uma peça de teatro, de uma coreografia ou ainda de uma conferência da imprensa ou da retransmissão televisiva de um atentado contra um político, é difícil de definir e de localizar, uma vez que o conceito e a estrutura foram apropriados em todos os domínios. O conceito de performance é étnico e intercultural, histórico e não-histórico, estético e ritual, sociológico e político. A performance é um modo de comportamento e uma dimensão da experiência vivida. Podemos aproximá-la do conceito de dramatização (Caune, 1981).

caracterizado pela intencionalidade, ou seja, a propriedade de focalizar um sentido suscetível de ser identificado.

Essa passagem pela dimensão cultural da noção de comunicação e pela dimensão das manifestações expressivas (orais, escritas, plásticas, lúdicas etc.) e intencionais da experiência vivida nos conduz a salientar três características do fenômeno da comunicação em sua relação com a cultura.

Em primeiro lugar, o uso de um meio de comunicação não tem por função unicamente fornecer dados informativos. Ao invés disso, ele é o lugar de participação e de ação sobre um mundo vivo e global, ordenado e constituído. A comunicação, enquanto configuração de forças ativas, nos implica, geralmente de maneira indireta, e nos conduz a assumir nosso posicionamento social.

Em segundo lugar, o processo de comunicação é a base de toda construção de uma comunidade. John Dewey, um dos fundadores da filosofia pragmática, fazia da experiência sensível o fundamento da construção do ser humano e de sua participação na constituição da cultura (1939). Ele via, no processo de comunicação, a origem do vínculo social, pois a comunicação é o caminho pelo qual os homens partilham suas crenças, suas aspirações, seus objetivos... (Dewey, 1916). A consideração da dimensão cultural da comunicação pode ser definida como a consideração do processo simbólico através do qual a realidade se constrói, se mantém e se transforma.

Enfim, para estabelecermos uma relação entre, de um lado, os dois pontos de vista que constituem a noção de comunicação e, de outro lado, a hipótese evocada por Sfez, é preciso admitir que a realidade do mundo social não existe de maneira independente da linguagem e das formas simbólicas. Se queremos conferir uma outra significação – além da retórica – a essa afirmação, precisamos considerar a comunicação como um fenômeno primeiro, que permite a existência do conhecimento e a transmissão de uma experiência. Esses últimos, sem a comunicação, estariam fadados ao esquecimento.

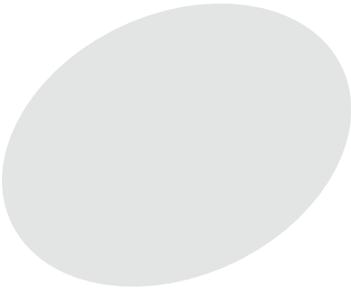
#### 4. Núcleo epistêmico e forma simbólica

Para retomar a questão relativa à determinação do núcleo epistêmico e da forma simbólica comuns à comunicação e à cultura, gostaríamos de propor duas hipóteses.

A nosso ver, o núcleo epistêmico da comunicação seria constituído pelo pensamento da relação, da enunciação e da dialética entre o código e a mensagem ou, para recuperar a formulação proposta por Claude Lévi-Strauss (1962), da dialética entre estrutura e acontecimento. A esses conceitos estruturais é preciso adicionar os conceitos de semelhança e de contigüidade (metáfora e metonímia) que encontramos tanto nos ritos miméticos, quanto na linguagem e na poética, ou nas estruturas do inconsciente (Caune, 1997). Essa dimensão epistêmica estruturou amplamente o primeiro tipo de formação discursiva abordado anteriormente. Ela deveria poder operar como quadro de análise dos objetos de conhecimento da cultura.

Por outro lado, a determinação de uma forma simbólica susceptível de caracterizar a modernidade, produzida pela convergência das técnicas de informação e de comunicação, foi pouco trabalhada. Devemos nos lembrar de que Cassirer reconheceu a configuração e a articulação das formas simbólicas dentro do que ele chamou de “função geral de simbolização”. Ele pretendia estender esta última a todas as atividades do espírito e, em particular, àquelas que se concretizam nas produções artísticas (Cassirer, 1923). A função geral de simbolização manifesta-se através da lógica de significação que associa a determinação de um conteúdo qualquer à sua fixação em uma forma perceptível. A forma simbólica organiza a percepção que o homem tem do mundo que o cerca e de sua experiência. Ela é, ao mesmo tempo, uma forma do conhecimento e uma matéria de conhecimento de sua experiência vivida. Através das mediações técnicas, que organizam aquilo que está disponível à percepção, a forma simbólica configura as relações interpessoais, ela estrutura as relações entre o

*Eu e o Tu, e constrói o Nós. A riqueza da noção de forma simbólica, do ponto de vista da incidência do simbólico sobre o imaginário de uma época, pode ser ilustrada por uma das hipóteses mais fecundas dessa problemática aplicada à representação artística: a hipótese da visão em perspectiva desenvolvida por Erwin Panofsky no início dos anos 1930 (Panofsky, 1975).*



*A convergência das técnicas introduziu nos processos comunicacionais e culturais uma nova forma simbólica que aciona linguagens expressivas diferentes*

Para concluir, desejamos propor uma hipótese. Seria possível reconhecer uma forma simbólica dominante da cultura em uma sociedade de comunicação técnica? A convergência das técnicas introduziu, nos processos de comunicação e nas manifestações culturais, um fenômeno novo, o qual as artes plásticas e o cinema já haviam experimentado nos anos 1920, ou seja, o fenômeno de uma forma simbólica que aciona linguagens expressivas diferentes. Tal forma simbólica poderia ser exemplificada através do fenômeno da colagem, tal como ele se desenvolveu no processo de criação artística moderna. Em primeiro lugar, esse desenvolvimento se deu nas artes plásticas, em seguida na mistura entre, de um lado, as técnicas de montagem do audiovisual e, de outro lado, a multisensorialidade presente na escrita multimídia. Enfim, ele se produziu também na evolução das artes da performance: dança, teatro, instalações que têm por objetivo produzir acontecimentos (*installations événementielles*)... que misturam palavras, sons, cantos, gestos, movimentos e imagens em um mesmo espaço de representação para produzir formas híbridas, que não se prendem às distinções convencionais entre

o teatro (entendido enquanto representação em ação de um texto), a dança (concebida enquanto arte do movimento no espaço) e o *happening* (visto enquanto intervenção e performance) (Caune, 2006).

A colagem, compreendida como modalidade particular de representação, pode ser considerada, para além de sua dimensão

técnica, como uma matriz que gera uma visão específica de uma sociedade na qual os fenômenos da cultura e da comunicação se sobrepõem. Falta ainda reconhecê-la nas formas contemporâneas presentes nos meios de comunicação, nas exposições, nos espetáculos e em certas modalidades de hibridação de práticas culturais.

## Referências

- BATESSON, G. ; RUESSCH, J. *Communication et société*, trad. de l'américain. Paris: Seuil, 1988.
- BENVENISTE, E. *Problèmes de linguistique générale* 2. Paris: Gallimard (coll. Bibliothèque de sciences humaines), Rééd, 1974.
- BENJAMIN, W. 'L'Œuvre d'art à l'époque de la reproductibilité technique'. *Euvres III*, tr. de l'allemand, Gallimard, folio essais, 1939.
- BOUQUILLON, P. 'Le spectacle vivant: de l'économie administrée à la marchandisation', *Sciences de la société*, n° 26, Toulouse, 1992.
- CAILLET, E. *À l'approche du musée, la médiation culturelle*. Lyon :PUL, 1995.
- CALLON, M. *La science et ses réseaux: genèse et circulation des faits scientifiques*. Paris : La Découverte, 1989.
- CAREY, J.A. *Communication as culture*. New York, Londres : Routledge, 1989.
- CASSIRER, E. *Philosophie des formes symboliques*. T. 1, tr. de l'allemand, Paris, Éd. de Minuit, 1972.
- CAUNE, J. *La dramatisation, une méthode et des techniques d'expression et de communication par le corps*, Louvain-la-neuve, Cahiers Théâtre. coll. Arts du spectacle, 1981.
- \_\_\_\_\_. *Esthétique de la communication: Que sais-Je?* PUF, 1997.
- \_\_\_\_\_. 2<sup>ème</sup> édition rev. *Culture et communication. Convergences théoriques et lieux de médiation*. Grenoble: PUG, 2006.
- \_\_\_\_\_. *La démocratisation culturelle: une médiation à bout de souffle*. Grenoble: PUG, 2006.
- DAVALLON, J. *L'exposition à l'œuvre: stratégies de communication et médiation symbolique*. Paris: L'Harmattan, 2000.
- DEWEY, J. *Democracy and education*. New York: Macmillan, 1916.
- DEOTTE, J.-L. *Le musée, l'origine de l'esthétique*. Paris: L'Harmattan, 1993.
- DUFRENE, B. *La création de Beaubourg*. Grenoble: PUG, 2000.
- FLICHY, P. *L'innovation technique*. Paris: La Découverte, 1995.
- \_\_\_\_\_. *Les industries de l'imaginaire. Pour une analyse économique des médias*. Grenoble, PUG, Paris, INA, 1999.
- FOUCAULT, M. *L'archéologie du savoir*. Paris: Gallimard, 1969.
- GADAMER, H.-G. *Vérité et méthode*, tr. de l'allemand. Paris: Seuil, 1996.
- HALL, E.-T. *Au-delà de la culture*, tr. de l'américain. Paris : Seuil, 1987.
- HORCKEIMER, M; ADORNO, T. *La dialectique de la raison*, trad. de l'allemand. Paris : Gallimard (réédition), 1974.
- HUET, A; ION, J; LEFEBVRE, A; MIEGE, B; PERRON, R. *Capitalisme et industrie culturelles*. Grenoble: PUG, 1978.
- LATOURET, B. *Aramis ou l'amour des techniques*. Paris: La Découverte, 1992.
- LASCH, C. *Culture de masse ou culture populaire?*, tr. de l'américain. Castelnau-le-Lez : Éditions climats, 2001.
- LEVI-STRAUSS, Cl. *La pensée sauvage*. Paris: Plon, 1962.
- MARTIN-BARBERO, J. *Des médias aux médiations. Communication, culture et hégémonie*, tr. Française. Paris: CNRS éditions, 2002.
- MIEGE, B. *Les industries du contenu face à l'ordre informationnel*. Grenoble: PUG, 2000.
- MOEGLIN, P. *L'industrialisation de la formation. État de la question*. Paris: C.N.D.P, 1998.
- PANOFSKY, E. *La perspective comme forme symbolique*, tr. de l'allemand. Paris: Les Éditions de minuit, 1975.
- RICCEUR, P. *Du texte à l'action, Essais d'herméneutique*, II, collection Esprit/Seuil.
- SFEZ, L; COULTEE, G. *Technologies et symboliques de la communication*. Grenoble: PUG, 1986.
- TURNER, V. *From ritual to theatre*. New York: PAJ publications, 1982.
- VANDIEDONCK, D. *Qu'est-ce qui fait tourner le disque classique?* Villeneuve-d'Asq, Septentrion, 1999.
- WIENER, N. *Cybernétique et société*, Paris:Deux-rives et 1954, Paris, 10/18, 1952.