Revista Espaço Acadêmico - Nº 118 - Março de 2011
ANO X - ISSN 1519-6186

Resenha:

MARTINO, Luís M. Sá. **Comunicação e identidade:** quem você pensa que é? São Paulo: Paulus, 2010, 220 p. (Coleção Comunicação).

Múltiplos aspectos da identidade na era da comunicação

Moisés dos Santos Viana*

Luís Mauro de Sá Martino, graduado em jornalismo, doutor em Ciências Sociais pela PUC/SP, docente na Cásper Líbero, faz uma viagem pelos caminhos tortuosos e labirínticos da identidade em profícua relação com a comunicação. Ele constrói sua obra fruto de um trabalho como Pesquisador-bolsista da University of East Anglia (2008), Reino Unido. Escreve de forma didática, mas mantém o nível de erudição, num estilo ensaístico, o que exige do leitor uma base teórica para poder dialogar com o texto de forma proveitosa. Com segurança, ao discorrer sobre identidade, o autor coroa suas reflexões nas áreas de comunicação e cultura. Trata da temática que envolve a relação da construção da identidade como discurso, ou melhor como uma narrativa que conta uma história do que é o indivíduo, a sua comunidade e a nação onde eles estão inseridos. Desse modo, o pesquisador apresenta o problema em três grandes partes: I A comunicação e as narrativas de identidade; II Margens da Identidade; III A identidade mediada.

O livro é mais uma publicação da coleção Comunicação da Paulus Editora que se firma numa tradição de estudos voltados para a área das Ciências Humanas, Ciências Sociais e Ciências Sociais Aplicadas. Para os estudiosos da comunicação e da cultura, um importante subsídio de reflexão ou mesmo constitui-se como mapa para fundamentação teórica dentro na área. O que se sabe sobre o passado, as relações com presente e as perspectivas para o futuro é algo que se constrói coletivamente num processo de inter-relações sociais complexas mediadas por signos, por isso mesmo, é um fenômeno comunicacional. Assim, faz-se mister saber da constituição de uma lente, a identidade, para compreensão do que é o mundo e a forma de entender a realidade. Desse modo, a identidade é construída historicamente por memórias, símbolos e sempre aponta para um determinado agir, descrevendo como o indivíduo pode ser e como a comunidade deve se constituir estruturalmente. A questão da identidade e seus estudos apontam para uma ação de relações comunitárias abrangentes que vai além das abordagens cotidianas e socialmente estabelecidas. Assim, a demanda das inter-relações sociais se amplia e aponta

complexidades na sua problematização, a identidade.

> A produção social da identidade na medida em que passa pela definição das expressões orais e escritas como forma de medir a relação do ser humano coma natureza e consigo mesmo, é um dos elementos de ação política para delinear a própria construção de sentidos de uma comunidade e, de certa forma, o próprio sentido de ser uma comunidade (MARTINO, 2010, p. 101).

Portanto, a identidade é um discurso (MARTINO, 2010) que funciona atrelado a certas condições de produção, tempo e espaço. Ela tem um contexto que muitas vezes é obscurecido pelo mesmo discurso identitário. Por discurso, entende-se o efeito de sentido entre interlocutores, daí a sofisticação dos estudos da identidade e sua justificativa de atrelá-la aos estudos da comunicação: "[...] o real transplantado para um outro nível de apropriação cognitiva, é compartilhada pela comunidade de um tempo e um espaço constituindo o tecido narrativo, simbólico e imaginário de um grupo" (p. 40), lembra o autor. Além do mais, Stuart Hall (2000) define a identidade como uma espécie de "sutura", que liga os sujeitos sociais às estruturas para haver uma harmonia comunitária: "Estabiliza tanto os sujeitos quanto os mundos culturais que eles habitam, tornando ambos reciprocamente mais unificados e predizíveis" (p. 12). Por isso, é de interesse salientar que a identidade é constituída no grupo e de uma forma dialética se cristaliza como elemento seguro para que o indivíduo sobreviva enquanto ser humano. Bauman (2003) salienta que a identidade é reafirmada comunitariamente quando há o temor e o perigo, diante das incertezas comunitárias: "'Identidad' es un nombre dado a la búsqueda de salida de esa incertidumbre" (BAUMAN, 2003, p. 41). Na adversidade cultural, recorre-se aos símbolos, à casa metafórica da cultura, ao *ethos* narrado nos meios de comunicação que dão sinal de identificação para recompor as identidades.

Portanto, na composição social da atualidade tem-se a compreensão que a identidade não é única, sólida e fixa, mas que cheia de manobras, táticas, técnicas e funcionamentos que concedem a mesma identidade um caráter de deslocamento e mudança. Assim sendo, a identidade, moldada nas relações comunitárias ordinárias, estão se libertando dos acontecimentos e das relações sociais, tomando direções inversas ao caráter do discurso fixo e pré-determinado das ideologias. Dessa maneira, o discurso identitário funciona como uma cadeia de interdiscursos que se interagem afetados por dinâmicas comunicacionais em nível local e global, em amplitudes individuais e comunitárias. O que é local não é mais de um território específico, mas é variado e dinamizado por redes de sentidos em referências polissêmicas globais. Desse modo, não se pode falar mais em uma identidade, fala-se em identidades, ou melhor em discursos identitários, onde os grupos e os indivíduos se nomeiam e são nomeados sem estarem presos as instituições e Estados-nação, uma verdadeira desterritorialização (MARTINO, 2010, p. 45).

Da identidade às *media*

> A tecnologia da comunicação não é apenas um instrumento. Ela altera a relação do ser humano com seu ambiente físico e social a partir de mudanças provocadas no próprio indivíduo – o uso de tecnologias de

> comunicação altera a percepção do ser humano, modifica o modo como sente, representa, atribui sentido e age em seu ambiente, dito de outra maneira, as mediações tecnológicas alteram a relação das pessoas com os signos ao seu redor, filtrando-os, ampliando-os, eliminando-os de seu campo perceptivo. Alteram sua identidade. Interferem na maneira como os sentidos captam a realidade e, portanto, como a mente processa esses signos (MARTINO, 2010, p. 158).

A alteração da identidade é a constituição da sua fluidez, lembrando os estudos de Bauman e de Hall (2003), onde a identidade é objeto formal da análise e diagnóstico da contemporaneidade. Concordando ou não com esses pensadores, é fato que há algo que difere a forma de agir, de pensar e de viver do projeto do homem moderno. A identidade moderna linear, oxidada por valores metafísicos rígidos se transformam constantemente de modo radical. Martino (2010) é enfático em afirmar essas mudanças e aponta o processo comunicacional como responsável pela especificidade das identidades hoje. Observa-se daí que a comunicação, em meios céleres, em plataformas tecnológicas, media as ideologias, e produz uma espécie de frivolidade nos acontecimentos. Por sua vez as instituições, as culturas, as tradições e as narrativas são negadas, combatidas, modificadas e até mesmo remixados em discursos identitários midiatizados.

A construção da identidade moderna (HALL, 2000) se modifica com a inversão da realidade através do mundo em rede, em específico dos novos mecanismos de comunicação que justificam movimentos identitários múltiplos, ampliando as relações, complexando a formação do indivíduo enquanto sujeito social que é produzido sob os signos culturais, econômicos e políticos. A intensificação se radicaliza no processo comunicacional, por isso Martino (2010) destaca o caráter narrativo da identidade, e como ela é trabalhada pelos meios de comunicação na atualidade. Dessa maneira, as manifestações culturais da comunidade se expressam muito além de uma identidade subjetiva de "[...] um sujeito único e que é, ao mesmo tempo, o reconhecimento individual dessa exclusividade. A consciência de minha continuidade em mim mesmo" (BRANDÃO, p. 327). Mas se fundamenta na impressão das inter-relações socioculturais que acontecem no contexto, ou seja, o sujeito se identifica nos sistemas construídos a partir de uma dialética histórica com seu meio e pela interlocução discursiva do processo comunicacional. O "ponto de convergência" entre os sujeitos sociais e suas subjetividades estão os processos de produção que afirmam a individualidade (HALL, 2003, p.20). E para reafirmar todo esse processo, as palavras e narrativas nas *media* que fazem convergir ou divergir esses efeitos de sentido sobre a identidade.

O comunicacional, nesse caso, evidencia uma tipologia das identidades contemporâneas. Os sujeitos sociais parecem apresentar-se multifacetados, em realidades construídas e inversamente moldadas em ambientes virtuais. Assim sendo, as interações sociais que outrora fora cunhadas nas certezas dos dogmas das instituições, das tradições e das narrativas locais, ditadas por regras pré-estabelecidas agora se transformam em narrativas da mídia. No lugar das "vetero-identidades" nascem a comunicação de novos discursos, fluido como os fluxos das comunicações e da indústria cultural capitalista. Eles, virtualmente

construídos em plataformas descartáveis, invertem valores, celeiro para novas, múltiplas e desreguladas identidades que se escondem e se revelam tacitamente sob o crivo da comunicação.

* **MOISÉS DOS SANTOS VIANA** é Professor do Departamento de Ciências Humanas e Tecnologias da Universidade do Estado da Bahia (UNEB/CAMPUS XVIII). Mestrando em Cultura e Turismo pela Universidade Estadual de Santa Cruz (UESC).

Referências

BRANDÃO, Carlos Rodrigues. **Identidade e Etnia: construção da pessoa e resistência cultural.** São Paulo: Editora Brasiliense, [19--].

BAUMAN, Z. De peregrino a turista, o una breve historia de La identidadIn: HALL, Stuart; GAY, Paul du (Com). **Cuestiones de identidad cultural**. Buenos Aires: Amorrortu editores, 2003.

HALL, Stuart. **A Identidade cultural na pós-modernidade.** São Paulo: DP&A Editora, 2000.

_____. Introducción: ¿quién necesita "identidad"? In: HALL, Stuart; GAY, Paul du (Com). **Cuestiones de identidad cultural**. Buenos Aires: Amorrortu editores, 2003. pp. 13-39.

LÉVY, Pierre. **O que é o virtual?** São Paulo: Editora 34, 2005.