

TEOLOGIA DA COMUNICAÇÃO E OS DESAFIOS DA EVANGELIZAÇÃO INCULTURADA

O tema *Teologia da Comunicação e os desafios de uma evangelização inculturada* é de suma relevância, mas também de grande complexidade. Relevante pela importância de fundamentar a Teologia da Comunicação na Trindade, princípio iluminador de nossa ação comunicativa, de nossa evangelização inculturada. Complexo porque, em se tratando da perspectiva teológica da comunicação, é um tema pouco elaborado. Em termos de pesquisa, de bibliografia, ficamos admirados com quão pouco este tema está desenvolvido. Todos nós falamos da nossa comunicação com Deus e da constante inter-relação de comunicação entre nós e o povo de Deus. Mas falta elaboração sobre a articulação antropológico/teológica, que, basicamente, recupera a dinâmica encarnatória do próprio Deus e que atinge, de fato, a totalidade do processo de comunicação.

Delimitando o enfoque da nossa reflexão sobre a Teologia da Comunicação, nossa preocupação não se centra sobre um ponto de partida de uma teologia ascendente ou descendente. O que tentamos fazer é, primeiramente, privilegiar elementos que mais dizem respeito ao processo de comunicação, tendo como princípio iluminador a Trindade, e como esses princípios se colocam como referencial para a nossa ação comunicativa numa evangelização inculturada.

Portanto, partimos da Trindade como princípio iluminador do processo de comunicação, porque é ali, na Trindade, que se dão as *relações*, em meio a uma *pluralidade* e respeito às diferenças; é ali que se realiza a articulação do amor, mediante a *geração de vida*; que se dá o *transbordamento de vida*, mediante a *Criação e a Encarnação* (Jesus Cristo Comunicador). É sobre essa realidade teológica que nossa ação comunicativa se

fundamenta, busca seu referencial e se expressa numa evangelização inculturada, a exemplo de Jesus.

1. UMA TEOLOGIA DA COMUNICAÇÃO

1.1. A comunicação no modelo trinitário

Colocamos a Trindade como ponto de partida na consideração das *relações*, pois é especialmente no fluxo da comunicação inter-trinitária que encontramos o verdadeiro sentido das relações, enquanto perspectiva teológica (esquema).

Se examinarmos o que os dicionários dizem sobre comunicação, vamos perceber que todas as definições consideram comunicação como algo fora de nós, como alguma coisa externa a nós. Nenhuma ênfase é dada à relação que se estabelece ou que deveria se estabelecer pela comunicação entre o sujeito ou sujeitos da comunicação.

Segundo a definição desses dicionários, e dentro de uma concepção funcionalista, comunicação é algo de objetivo, coisa que “você produz”, enuncia, alguma coisa que “você informa”. Mas não se considera a comunicação como o estabelecimento de relação entre dois sujeitos, ou entre vários sujeitos — uma relação plurilateral. Entretanto, tendo a Trindade como princípio iluminador, nós concebemos comunicação como um processo (então, não simplesmente um ato; quando ela é um ato, ela é parte de um processo) no qual são estabelecidas, mantidas, modificadas ou encerradas *relações*.¹ Na Trindade, há uma dinâmica de relação — um processo relacional entre o Pai, o Filho e o Espírito Santo.

Trata-se de um processo de relações, que se expressa na pluralidade — não há a perda da identidade entre as pessoas da Santíssima Trindade! Então, um processo relacional dinâmico, expresso através da pluralidade, respeitando as diferenças, as identidades. Daí a importância de percebermos:

1º — como nós somos *sujeitos* nesse processo, como temos consciência de que somos sujeitos (consciência do nosso papel de sujeitos no estabelecimento de relações de comunicação). Uma dinâmica de relações, em que não perdemos a identidade; em que somos sujeitos responsáveis num conjunto de relações, que se manifestam na pluralidade, no respeito às diferenças.

Daí podermos afirmar que *a qualidade da comunicação é diretamente proporcional à qualidade da relação; e qualidade da comunicação e relação é diretamente proporcional à qualidade de vida*.² Em outras palavras, quanto mais relação nós tivermos, quanto mais conscientes e ativos formos com as pes-

1. Marcello de AZEVEDO, Palestra sobre *O processo teológico da Comunicação*, realizada no SEPAC, São Paulo, 1992.

2. Marcello de AZEVEDO, op.cit.

soas com as quais nos comunicamos, mais qualidade haverá nessa relação, e mais subirá a qualidade da comunicação. Sintetizando, a comunicação supõe relação — relação que se estabelece entre sujeitos (bilaterais ou plurilaterais). Tais relações é que dão a qualidade da comunicação, e é a qualidade da comunicação que dá a qualidade de vida! Isto recupera o sentido profundo do diálogo, onde cada um se comunica ao outro sendo aquilo que cada um é e, no entanto, podendo realizar aquilo que os dois são — um assumindo o outro, sem deixar de ser o que é.

2º — As relações — comunicação — na Trindade, expressa na pluralidade, é também uma *articulação de amor e verdade*. Há o diálogo, a partilha, num dar-se a si mesmo, na aceitação da alteridade — é a plenitude de vida! Essa plenitude de vida não existe sem articulação de amor, que cria espaço de liberdade, ou seja, permite que você seja. É nessa articulação de amor da Trindade, que a “vida é gerada” e acontece o *transbordamento* de vida, mediante a criação. Deus transborda na *criação* a sua vida, sem contenção nenhuma. O importante é percebermos que no momento em que estamos transmitindo vida, por amor, (seja na educação, comunicação, na saúde ou em outros campos), nesse momento estamos levando adiante o transbordamento da criação. E isso nunca se faz sem relação, portanto, sem comunicação.

3º — Mas esse transbordamento de vida se dá sobretudo no **Verbo** de Deus — um Deus que nos traz ele mesmo! É a *Encarnação* — a ação comunicativa por excelência! Porque, se a criação nos mostra a gratuidade de Deus, a Encarnação nos mostra a expressão eficaz de um Deus que age por amor. Então, com a Encarnação, há um transbordamento de vida, que Jesus nos traz. Jesus nos revela o Pai. Ele é, portanto, o Comunicador do Pai.³

3. Helena CORAZZA. Em CONVERGÊNCIA, Rio de Janeiro, 2 (1992-Dez), nº 258, p. 607.

1.2. A comunicação de Jesus

Sintetizando aquilo que é extremamente rico, podemos dizer que:

1º — Jesus é o Comunicador do Pai. Um Jesus histórico, que se apresenta como aquele que vem *manifestar*, revelar o Pai, que vem nos dar a conhecer um Deus que não encontramos no estudo antropológico das diversas religiões (ao menos com a conotação de originalidade que nos dá Jesus).

2º — Jesus vem para a libertação (salvação), quer dizer, Jesus vem para o *estabelecimento da vida*. Jesus vem para recuperar a comunicação num processo que tinha se tornado incomunicação (Cfr. Hb.1, 1-2; Jo 1, 14; Jo 6, 63). É a comunicação libertadora!

3º — Deus, na Encarnação, torna-se um de nós, dentro da nossa história. Ele não introduz alguma coisa estranha à nossa realidade — é justamente aqui que se expressa, por assim dizer, a originalidade e a genialidade da Encarnação. Jesus Comunicador se coloca dentro de nossa história para, de dentro dela, nos falar do seu amor (Fl 2, 6-7).

Ele aprende a nossa linguagem para poder, em diálogo conosco, estabelecer um potencial de comunicação. Em outras palavras, Jesus não realiza uma comunicação unidirecional, transitiva — ele não diz alguma coisa para nós sabermos, mas fala para ser ouvido e cria um potencial de comunicação, respeitando o grau de comunicação que nós lhe queremos dar; pois esse Deus também nos ouve! Portanto, Deus fala no respeito ao grau de que nós podemos investir a nossa capacidade de ouvir, o nosso desejo de ouvir. Importante considerar que, pela Encarnação, Jesus fez-se semelhante a nós, que iríamos receber a sua mensagem.

E como Jesus comunicava a sua mensagem? Primeiramente, com a **palavra** e com a **vida**.⁴ A comunicação se faz expressão fecunda de si mesmo na medida em que ela torna possível a inter-relação entre pessoas. O comunicar vai além de transmitir idéias ou sentimentos. A exemplo de Jesus, a comunicação atinge o seu mais profundo significado que é a doação de si mesmo. Ele o fez de maneira plena, na Eucaristia, e em seguida, comunicou-nos o seu Espírito vivificador, que dá vida e faz descobrir o novo!

Daí que, evangelização no mundo moderno, não está em passar fórmulas, mas em fazer viver conteúdos existenciais, pois podemos passar numerosas fórmulas e não evangelizar. Mas no momento em que passamos vivências existenciais, de conteúdos existenciais, nesse momento, começamos a evangelizar. De maneira que há todo um deslocamento da comunicação da área dos conteúdos mentais para uma área existencial global do ser humano. Jesus, profundamente encarnado, é quem nos dá os referenciais de uma evangelização inculturada. Jesus fala pelo que ele é. Fala por aquilo que transmite; e fala, sobretudo, pelo transbordamento de vida que ele traz.

Em segundo lugar, Jesus não fala como que “de fora”, mas “de dentro”, a partir do seu povo.⁵ Na dimensão da Encarnação, é imprescindível perceber o quanto Jesus é realmente encarnado, não somente no sentido de que tomou carne, se fez pessoa humana, mas no sentido em que ele é um homem datado, de um espaço, um homem da Judéia e da Galiléia daquele tempo, sob a dominação romana. Jesus é um referencial a nos mostrar que à medida que a história avança, caminhando dentro de outras datas, de outros espaços, de outros pressu-

4. COMISSÃO PONTIFÍCIA DOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL, *Communio et progressio*. Instrução Pastoral sobre os meios de Comunicação Social. Roma, 1971, nº 11.

5. *Ibidem*.

postos, o comunicador deve falar, comunicar a partir de dentro do seu povo, atento à história, à cultura e sociedade onde vivem os grupos humanos. É a partir dali que ele pode realmente falar a linguagem do seu tempo, a linguagem da sua cultura. Evangelização inculturada, portanto, não significa “invadir” uma cultura, mas descobrir as sementes do *Verbo*, os sinais da presença de Deus a partir de dentro do povo, como fez Jesus, e sob a ação do seu Espírito.

2. DESAFIOS DA EVANGELIZAÇÃO À LUZ DA TEORIA DA COMUNICAÇÃO

2.1. Os projetos da Igreja

6. *Inculturação* é uma palavra que entrou oficialmente na Igreja Católica a partir do Sínodo dos Bispos em 1977 e só na década de oitenta penetrou realmente nas preocupações pastorais e teológicas de quase todos os setores da Igreja.

7. CELAM, *Nova Evangelização, Promoção Humana, Cultura Cristã*. Santo Domingo — Conclusões da IV Conferência do Episcopado Latino-americano. São Paulo, Paulinas, 1992.

8. *ibidem*, nos números aqui citados.

É no contexto da Encarnação, que nós podemos buscar referenciais para uma evangelização inculturada,⁶ especialmente na esfera da cultura moderna e, portanto, comunicação, a partir da preocupação pastoral evidenciada no Documento de Santo Domingo.⁷ Falamos então sobre os desafios de uma evangelização inculturada, caminhando para o enfoque da comunicação. Para isso, faz-se necessário perceber como é que se coloca tal evangelização inculturada, pelo menos como ponto de interesse, pelo referido Documento.

Como linhas diretrizes de ação para a evangelização na América Latina, ou seja, as atividades pastorais, o Documento de Santo Domingo prioriza três pontos: a) uma nova evangelização; b) uma promoção integral dos povos latino-americanos e caribenhos; e c) uma evangelização inculturada.

Essas linhas pastorais prioritárias devem ter como compromisso: a) um renovado ardor a partir de comunidades vivas (293),⁸ b) opção evangélica pelos pobres (não exclusiva) (296); c) compromisso com a cultura urbana (298), culturas indígenas / afro-americanas (299), ação educativa / moderna comunicação (298/302).

Desta abordagem geral, e convergindo para o interesse do nosso tema específico, tomamos como ponto referencial a *inculturação* (evangelização inculturada) num contexto de *cultura moderna/pós-moderna*, sobretudo no processo de urbanização. Diz o documento Sto. Domingo: *A cidade pós-industrial não representa só uma variante do tradicional habitat humano, mas constitui, de fato, a passagem da cultura rural à cultura urbana...* (255) Aponta ainda o documento que, na cidade, as *relações* entre as pessoas se tornam amplamente funcionais. A relação do homem urbano com Deus passa por uma acentuada crise; as relações do homem urbano com ele mesmo tam-

bém mudam, porque a cultura moderna faz com que valorize outros aspectos. É na cidade que se encontram os grandes centros geradores da ciência e tecnologia moderna (255). É nesse contexto, especialmente de urbanização, (o campo também se urbaniza pela multiplicação das comunicações e transportes), que **os meios de comunicação atuam preponderantemente e fazem perceber que nessa Cultura Moderna/Pós-moderna, nasce e ganha relevância a *cultura dos signos* (cultura da imagem).**

Trata-se, portanto, de uma inculturacão (evangelizacão inculturada), na cultura moderna, onde acontecem as relacões de uma pessoa de contexto urbano, no processo de urbanizacão, movendo-se dentro dos meios de comunicacão social, que geram, hoje, a cultura do simulacro (imagem), conforme um dos mais abalizados filósofos contemporâneos, o francês Jean Baudrillard.⁹

2.2. Confronto do projeto com a modernidade

Para isso, é necessário passarmos pela consideracão da modernidade, entendendo-a como a "*idéia reguladora*", ou "*modo de civilizacão característica homogênea, una, que se irradia desde o Ocidente*".¹⁰

De maneira que, segundo J.M. Domenach, modernidade pode ser sintetizada como

*uma idéia reguladora (ou desreguladora), uma cultura, um estado de espírito (conjunto de aspiracões, de buscas, de valores) que se impõe no final do século XVIII e que se inscreve assim na época que os manuais de história chamam de contemporânea.*¹¹

Trata-se de uma categoria que afeta os domínios do Estado, sociedade, técnica, costumes, as idéias, valores, arte, moral, religião e outros, ressaltando, entre as características que compõem a modernidade, o elemento do progresso das ciências e da técnica; o capitalismo industrial, a explosão cultural, o desenvolvimento do domínio da razão, e outros. Nesta exposicão, privilegiamos aqueles aspectos da modernidade que nos parecem mais relevantes e de acordo com o assunto em pauta e com as contradicões que serão analisadas no período da pós-modernidade, cultura da imagem.

Devemos considerar como principais características da modernidade:

1.— A primeira característica é a autonomia da *razão* (O império da Razão), que toma o seu espaço, diminuindo a domínio do sagrado. Estabelece-se, assim, o domínio da razão, que penetra em diversas áreas, por exemplo, crítica das tradições e

9. Hygina Bruzzi de MELO, *A cultura do simulacro*. Filosofia e modernidade em Jean Baudrillard. (Filosofia 7). São Paulo, Loyola, 1988, pp.149ss.

10. João Batista LIBÂNIO, *Teologia da Revelacão a partir da modernidade*. São Paulo, Loyola, 1992.

11. Jean M. DOMENACH, *Approches de la modernité*. Paris, École Polytechnique, 1986, p.14.

12. J. B. LIBÂNIO, op. cit.

autoridade. Pois tudo se funda na verdade do experimento científico (verificação do real. “O critério da verdade é o real”).¹²

a) No centro da autonomia da razão, evidencia-se o império da *razão instrumental*. O destaque para a consideração desse tipo de racionalidade é o fato de que ela direciona e anima o processo de civilização ocidental, fazendo com que o homem domine a natureza, mediante o uso da técnica. E a técnica tem como pressuposto o sucesso e a eficácia. Segundo esse princípio, a razão instrumental é o que resolverá os problemas sociais. Daí uma ética da eficácia, da produtividade. A razão instrumental tem primazia sobre a razão comunicativa. Toda a racionalidade é reduzida à sua dimensão instrumental.

b) Ainda no império da razão e em decorrência do princípio da razão instrumental, ressalta-se a *técnica/informática*, que neste final de séc. XX se desenvolve aceleradamente e se articula nas áreas da eletrônica, da biotecnologia, da informação, da comunicação, do domínio da energia. É a grande era da informática, que, como afirma Domenach, constitui o *fenômeno de nossa época e eixo em torno do qual se organiza o desenvolvimento de nossa vida social —mas também a questão mais importante, inquietante e controvertida. Tudo acontece como se a técnica, escapando a sua própria esfera à razão que a gerara, tivesse assumido sua autonomia e arrastasse o mundo numa lógica impossível de dominar.*¹³

13. J. M. DOMENACH, op. cit., p. 71.

Daí que, na interpretação de Libânio, o homem, com a ciência e com a razão, pode dominar toda a natureza, e nasce, então, a mentalidade de que *a cultura tem como ideal a racionalidade, a eficácia, a técnica, em vista de criar condições de felicidade, de conforto de vida para o ser humano.*¹⁴ E é esta a visão que penetra os meios de comunicação social.

14. J. B. LIBÂNIO, op. cit.

2. Outra característica da modernidade é que vivemos a *cultura de massa*, que tem como elemento essencial a “*profusão ilimitada de signos*”. Trata-se de uma sociedade que vai nivelando as diferenças culturais. Dizemos que a Cultura de Massa é fruto da modernidade, pois seu aparecimento deve-se ao fato do desenvolvimento industrial e urbano das sociedades capitalistas. É através do processo de industrialização, que se estabelece a produção de um produto padronizado, ou seja, uma produção de massa, para uma sociedade de massa. Daí a cultura de massa, padronizada, capaz de atingir de forma indiferenciada milhares de pessoas. Trata-se de um processo que transformou os bens culturais em mercadorias, as quais devem produzir lucro como qualquer outra. Uma questão importante a destacar aqui é a imposição da racionalidade da indústria cultural ao “criador”. Em outras palavras, há uma redução da criatividade, da crítica aos padrões da indústria cultural.¹⁵

15. Nem todos os autores concordam com o termo “Comunicação de massa”. Alegam tais autores, que é incorreto e introduziu-se na linguagem acadêmica de forma muito apressada e sem a devida reflexão da propriedade de seu uso. Para maior esclarecimento, veja Ciro MARCONDES FILHO. Em REVISTA COMUNICAÇÕES E ARTES, São Paulo, 12 (1946), nº 16.

3. Outra característica importante da modernidade e que se irradia nos mais diversos campos é o *discurso da liberdade*. Ele se apresenta na economia, por exemplo, como “liberalismo econômico”. Na política, como “democracia”. Na religião, a liberdade religiosa impera em meio ao mais amplo pluralismo. **Se considerarmos a área do pensamento**, percebemos que *censo ou qualquer restrição à produção e divulgação das idéias são repudiadas como violação da liberdade de pensamento*.¹⁶ Daí todo discurso da liberdade de pensamento, de escolha, de decisão, de ação, de manifestação.

4. *Felicidade/individualismo* é outra característica da modernidade que se direciona numa felicidade como prazer identificado como auto-satisfação. A corrida para essa felicidade (estar feliz, gostar de, sentir-se bem, “estar numa boa, na sua, curtir”) é um dos esforços ininterruptos do homem contemporâneo.¹⁷

Segundo pesquisas realizadas na Europa, demonstrou-se que a felicidade é o valor central em torno do qual giram as outras realidade. Constatou-se que *no centro do desejo de felicidade está a própria pessoa, o indivíduo*.¹⁸ O homem é, portanto, um elemento central da modernidade. E é somente na medida em que asseguramos a centralidade do indivíduo, que a relevância dos valores se estabelece.

2.3 Pós-modernismo, “reescritura” do modernismo

No final dos anos 60, já na década de 70, entretanto, dá-se uma profunda mudança cultural nos países de Primeiro Mundo, especificamente nos Estados Unidos. Trata-se de uma nova cultura, própria do Capitalismo Tardio, isto é, o estágio do capitalismo pós-industrial, cujo notável propagador (da era pós-industrial) é Daniel Bell. É o Pós-modernismo, que já não pode mais ser um conceito ignorado, pois a sociedade passou por uma profunda mudança na estrutura do sentimento. Aquilo que vemos como

*o último modismo, promoção publicitária e espetáculo vazio é parte de uma lenta transformação cultural emergente nas sociedades ocidentais, uma mudança da sensibilidade para o qual o termo “pós-moderno” é, na verdade, pelo menos por agora, totalmente adequado. A natureza e a profundidade dessa transformação são discutíveis, mas transformação ela é. (...) Há uma notável mutação na sensibilidade, nas práticas e nas formações discursivas que distingue um conjunto pós-moderno de pressupostos, experiências e proposições de um período precedente.*¹⁹

Essa mudança acontece sobretudo no campo das artes: arquitetura, literatura, pintura.²⁰ Segundo J.F. Lyotard, *a pós-*

16. J. B. LIBÂNIO, op. cit.

17. É dentro dessa perspectiva que surge o discurso da psicologia, que vem ao encontro do explodir todos os medos, os tabus, os recalques, traumas que obstaculam ou impedem a entrega à felicidade, sempre identificada com o prazer, sobretudo na esfera do corpo e da sexualidade.

18. J. B. LIBÂNIO, op. cit.

19. HUYSENS: 1984, citado em David HARVEY, *Condição Pós-moderna*. S. Paulo, Loyola, 1992, p. 45.

20. Para explanação completa, veja David HARVEY, o. cit., especialmente p. 49ss.

modernidade não é uma época nova, mas sim a *reescritura* de certas características que a modernidade havia querido alcançar. É por isso que, para muitos, “pós-modernidade” pode até ser considerada como falso nome. Segundo o autor, talvez fosse melhor considerar como um “nome provisório” que serve para designar as “novas formas culturais”, que estão se originando a partir da crise da modernidade.²¹

21. Citado em Paulo F.C. de ANDRADE, *A condição pós-moderna como desafio à pastoral popular*. Em REVISTA ECLÉSIASTICA BRASILEIRA, Petrópolis, 53 (1993).

a) No estágio de pós-modernidade, a revolução industrial já se encontra superada. O desenvolvimento da informática, da robótica e de novas técnicas produtivas permitem a passagem para uma nova forma de capitalismo. Portanto, um estágio pós-industrial, baseado na alta tecnologia, com acentuada repercussão nos setores financeiros. Assim que, *essa nova forma de capitalismo comporta uma reestruturação política, na qual a classe dirigente, isto é, aquela que decide no nível macrossocial, deixa de ser constituída pela classe política tradicional e passa a ser formada por uma mistura heterogênea de chefes de empresa, altos funcionários técnicos estatais (...) em uma forma grandemente atomizada.*²²

22. *Ibidem*, p. 101.

b) Dissemos anteriormente que a idéia força caracterizada na Modernidade é a do progresso humano e da crença na capacidade ilimitada da razão humana, como proposta e orientação para um modelo de vida. Trata-se da **revolução técnico-científica**, pretendida como a geradora da “felicidade” do homem da sociedade contemporânea.

Nascem, entretanto, sentimentos profundos de **frustração**. As duas guerras mundiais, por exemplo, só foram possíveis por causa do desenvolvimento da tecnologia (1900-50). O resultado, porém, é uma grande frustração das relações políticas da Alemanha/Itália/Inglaterra. O poder sai da Europa, vai para os Estados Unidos e daí para a URSS. Inicia-se um período de tensão. Depois vem a crise dos 70 — choque do petróleo, regimes totalitários no Ocidente, principalmente na América Latina, guerra do Vietnã, descoberta dos limites ecológicos do desenvolvimento, alargamento do abismo Norte-Sul e outras realidades mais recentes que poderíamos considerar.²³ Pois bem, tudo isso coloca a idéia de progresso e o valor universal da razão humana em xeque. Pois a razão não transforma o indivíduo e a sociedade, portanto, vem o descrédito.

23. Poderíamos considerar aqui, por exemplo, a queda do Socialismo. Será que a queda de um sistema legítima automaticamente o outro, como o protótipo?

Cresce, então, a expectativa de se criar uma nova sociedade. Nessa expectativa, criam-se mitos de eternidade, principalmente, através dos meios de comunicação social: felicidade, eternidade, juventude. A época moderna é a luta de razão. Ela não terminou, obviamente. Mas é preciso que avancemos na reflexão de outros aspectos, como nos propõe o filósofo alemão Habermas, em outras palavras, que desenvolvamos uma *razão comunicativa*. É a consideração de que o mundo vivido

está ao lado do mundo das normas, que está ao lado de um mundo social sistêmico. As normas fazem relação entre o mundo vivido e o mundo sistêmico. Daí que, na ação comunicativa entra a questão do sujeito, como ator, detentor. Hoje, o indivíduo é mais um parceiro do processo, mas não é sujeito.

Nesse contexto, as últimas décadas vêm marcadas, então, pela *des-referenciação do real*. Des-substancialização do ser.²⁴ Elas são marcadas também pelo efêmero, pelo *fragmentário*. Segundo alguns autores, o fato mais espantoso sobre o pós-modernismo é sua total aceitação do efêmero, do fragmentário, do descontínuo e do caótico. Como afirma Harvey, *o pós-modernismo nada nas fragmentárias e caóticas correntes da mudança*.²⁵ A percepção da sociedade é desprovida de qualquer historicidade, não interessando mais nem o passado, nem o futuro, só o presente. Daí que, a imagem, a aparência, o espetáculo podem ser experimentados com uma intensidade de júbilo ou terror, possibilitada apenas pela sua apreciação como presente puro e não realcionado no tempo.

O *espaço* e o *tempo* passam por uma deslocação na compreensão do seu sentido. Não se trata mais de registrar a passagem do tempo em segundos, minutos, horas, dias, meses, anos, décadas, séculos, como se tudo estivesse numa escada temporal objetiva. No pós-moderno, espaço passa a ter *uma representação que compreende todos os signos e significações*. Daí que os espaços de representação são invenções mentais (códigos, signos, paisagens imaginárias e até construções materiais como espaços simbólicos, pinturas, museus) que imaginam novos sentidos ou possibilidades para práticas espaciais. Três dimensões passam a operar: o vivido, o percebido e o imaginado. Daí que o vivido, o imaginado, o percebido são *aqui e agora*.²⁶

É em meio a toda essa realidade descrita acima, que surge, que se desenvolve a Cultura Nova, baseada em signos, explicando a dimensão cultural através dos sistemas simbólicos de uma formação social. Trata-se de uma cultura semiótica! Enfatiza Lúcia Santaella que, enquanto nas ciências humanas os estudos da cultura são utilizados para compreender os agentes dos processos culturais (o homem), a semiótica, por seu lado, coloca ênfase nos modos como esses sistemas são processados para produzirem sentido e para serem comunicados. Daí todo o esforço da semiótica ser dirigido para a investigação dos modos, como os mais diferenciados processos de linguagem tem origem, codificam-se e funcionam culturalmente.²⁷

2.4. A nova comunicação

É dentro desse contexto, apontado por Santaella, e sobretudo pelas razões ressaltadas anteriormente, tendo como cau-

24. Mauro Wilton de SOUZA, Palestra proferida no SEPAC, São Paulo, 1992.

25. D. HARVEY, pp. cit.

26. Ibidem, p. 202.

27. Lúcia SANTAELLA, *Cultura das Mídias*. São Paulo, Razão Social, 1992.

sa sobretudo a des-referenciação, mas também a tecnologia avançada, que podemos perceber nas últimas décadas a formação de uma cultura nova, a que Baudrillard se refere.

O filósofo francês trabalhou essa *nova* cultura de massa como uma *cultura do simulacro*. Trata-se da cultura do signo, que Baudrillard se refere como a semiologização do simbólico, através do qual tudo (natureza, cultura) é reduzido à positividade do signo. Para Baudrillard, *é a redução do simbólico ao semiológico que constitui praticamente tal processo ideológico das sociedades industriais avançadas, e, conseqüentemente, dos sistemas de dominação contemporâneos*.²⁸

Mas o que é *simulacro*? Simulacro é entendido como a produção artificial (mecânica, química, eletrônica) de uma imagem. O conceito de simulacro é absolutamente moderno.²⁹ Como a imagem de Narciso no espelho, o simulacro é, inicialmente, um duplo ou uma duplicação do real. A imagem no espelho é o reflexo do real; pode cobrir ou deformar o real e pode abolir qualquer idéia de identidade, na medida em que não se refira mais à nenhuma realidade externa, mas a si mesmo, a seu próprio *jogo simulador*. Quer dizer, a imagem se assume como tal, abolindo a referência do real.³⁰

De maneira que podemos dizer que se trata daquele momento em que ao invés de partirmos para a realidade que os signos dizem, *eu me alimento apenas com os signos*. Vivemos numa sociedade do simulacro: nós nos satisfazemos não com o sermos, mas em aparentarmos ser. O que importa não é o fazer, mas o simulacro (a simulação) de que se faz. Ao invés de alguém chegar a fazer uma atividade real, uma atitude concreta, ele faz a *mediação* através de um símbolo. Segundo Mauro Willton, o problema e a crítica que podemos fazer a isso é que tudo passou a ser signo e a realidade deixou de ser realidade. O simulacro é a imagem, é a representação, é a fantasia, não é a própria realidade. É o mundo da representação!

Importante considerar que o *signo*³¹ é uma representação do real (objeto). Eu sou o referente, o objeto é o referencial. Daí que o simulacro é aquilo que substitui. É aquilo que não fazemos na vida real, mas outros fazem. Transfere para a emoção aquilo que gostaria de fazer na vida real, mas não pode. De maneira que a função do signo, hoje, é representar, mas a partir do momento em que a pessoa tem dificuldade de viver o mundo vivido, ou para viver o mundo sistêmico. Nesse momento, as pessoas não buscam mais a própria realidade, mas os signos, que damos o nome de simulacro; a imagem, a representação, a fantasia. Daí a imagem se tornar uma substituição (simulacro) daquilo que devem ser, por exemplo, as relações pessoais desejadas; daquilo que gostaríamos de fazer (viajar, ter

28. Hygina Bruzzi de MELO, op. cit., p. 149ss.

29. Para maior e aprofundada compreensão da questão da imagem, veja a recente publicação de Arlindo MACHADO, *Máquina e imaginário*. São Paulo, Edusp, 1993.

30. Muniz SODRÉ, *A máquina de Narciso*. São Paulo, Cortez, 1990.

31. Os signos são representações que nós criamos para a nossa comunicação. Há três tipos básicos de signos, segundo os Barthinianos e segundo a semiologia: os símbolos, que são signos convencionais, por exemplo, os sinais do trânsito. Os índices, que são símbolos análogos, são analogias que fazemos; deparar com uma poça de água na frente da porta, pela manhã, pode ser um índice de que choveu durante a noite. Os ícones, mais na esfera das artes. Quase que transpomos a estética, a expressão emocional, aquilo que desejamos fazer uma representação da realidade. Por exemplo, uma música para representar o sentimento romântico.

um carro, fazer amor etc.), mas não podemos na vida real. É nesse momento que acontece a imagem (como simulacro) substituindo o real. Nasce, então, a grande questão: *qual é a minha verdade? se eu não me alimento mais do real, mas só dos signos. Será que eu sou o que eu sou? ou a imagem do que eu sou?*³²

Naturalmente que, ao abordar a questão da relação da cultura da imagem na sociedade contemporânea, devemos ter em conta que seu estudo é extremamente recente, o que não nos permite sermos tão assertivos como há algumas décadas. Tudo acontece muito rápido — é a questão da velocidade. Mas é importante levar em consideração a cultura da imagem, e a TV é a grande produtora de imagem. E a vida cotidiana (real) é o critério definidor da leitura da imagem. Digamos que é a alma da imagem. É especialmente no espaço urbano, que a nova cultura (imagem) relaciona-se com a vida cotidiana, que, por sua vez, que acontece nos espaços urbanos.

Hoje, há um resgate do cotidiano, especialmente por parte dos antropólogos.³³ Entretanto, é preciso ressaltar que vida cotidiana não significa repetição; não é o que acontece, mas o que fazemos acontecer. De maneira que a noção de cotidiano está relacionada com a condução de vida. Ou seja, não se trata de vivenciar o que a vida apresenta, mas dar-lhe uma direção. É dentro dessa vida cotidiana que, na expressão de Mauro Willton, precisamos *costurar os pedaços, os fragmentos, construir um projeto de vida; definir-nos em uma direção.*

Como já enfatizamos, é nesse espaço de vida cotidiana que a televisão, produtora de imagens, atende às necessidades humanas mais antigas — satisfazer as fantasias, os sonhos! Pois, as pessoas vivem em dois mundos: um deles é o das coisas práticas (trabalho dentro e fora de casa, compras etc.); o mundo das obrigações (espirituais, sociais, casamentos, festas, aniversários; obrigações cívicas); o mundo das normas (compromissos e participações). O outro mundo é o da fantasia. Esse é puramente mental, interno, subjetivo. É nesse mundo que nos entregamos aos sonhos. E é praticamente esse mundo que move o outro (aspiração à implantação de uma nova sociedade).³⁴

Ainda segundo Marcondes Filho, é nesse espaço que entra a TV, no nível das fantasias. De maneira que a imagem é a ponte de ligação das pessoas com o seu imaginário. É importante perceber, por exemplo, que enquanto a vida da pessoa (a vida real) transcorre de forma regular, a sua mente trabalha ansiosa por inovações, melhorias, por mudanças de vida. Quem alimenta a vida real é o seu imaginário. Portanto, é o imaginário das pessoas que precisa ser diariamente renovado. Acrescenta o autor que

A imagem é uma das formas mais bem-sucedidas que o homem criou para superar o angustiante fato de que depois

32. Mauro Wilton de SOUZA, Palestra proferida no SEPAC, São Paulo, 1992.

33. Renato Ortiz é um dos antropólogos que atualmente mais estuda o fenômeno da cultura cotidiana.

34. Ciro MARCONDES FILHO, *Televisão, a vida pelo vídeo*. São Paulo, Moderna, 1989.

35. Ibidem.

*do dia de hoje virá o de amanhã, o seguinte. (...) A imagem, assim como também a música, a escultura, a arquitetura são obras humanas concebidas para congelar e cristalizar o presente, eternizar um momento agradável ou importante que está sendo vivido... (...) O elemento vivo das pessoas, seu "motor", aquilo que as faz ter vontade de viver não está no real, no cotidiano, nem no mundo do trabalho e sim no imaginário. E a televisão é a forma eletrônica mais desenvolvida de dinamizar esse imaginário. Ela é também a maior produtora de imagens.*³⁵

Daí percebermos como há uma domesticação da fantasia. *Os produtos da comunicação captam as fantasias dos receptores, estimulam-nas, permitem que se desenvolvam. Trata-se dos sonhos, dos desejos de afeto, das procuras de amor...* (C. Marcondes Filho). É dentro desse contexto que as telenovelas poderiam ser analisadas, também levando em consideração como a televisão procura substituir as instituições em trânsito, enfraquecidas, como a família, também a Igreja. A TV exerce também um papel substitutivo.

Embora, muitos conceitos aqui levantados merecem maior aprofundamento e reflexão mais ampla, consideramos o presente trabalho como um ponto de partida para começarmos a nos preocupar e refletir sobre a nova cultura, centrada na operação simbólica, essencialmente semiótica, que tem sua expressão maior na cultura da imagem, como algo do qual não podemos prescindir, se quisermos desenvolver uma evangelização inculturada.

Será que o olhar que lançamos sobre a realidade urbana não é um olhar que deveria ser reformulado? É a leitura da realidade que precisa mudar!

*Joana T. Puntel, fsp
Diretoria do SERVIÇO PASTORAL
da COMUNICAÇÃO
Professora de Comunicação
Instituto Teológico São Paulo*

