



Resenha

Comunicação e identidade: quem você pensa que é? (MARTINO, Luís Mauro de Sá. São Paulo: Paulus, 2010)

Anna Carolina Paiva DINIZ¹

Comunicação e identidade é uma obra que pensa identidade a partir da comunicação mostrando como a cultura da mídia se articula com as práticas do cotidiano. O seu autor é o jornalista, doutor em Ciências Sociais pela PUC/SP, Luís Martino. É autor de outras obras na área de comunicação como *Mídia e poder simbólico* (2003), *Comunicação: troca cultural?* (2005) e *Teoria da Comunicação* (2009). Estudou como bolsista-pesquisador na Universidade de East Anglia, Inglaterra, onde começou a escrever sua última publicação, *Comunicação e identidade: quem você pensa que é?*

Esta obra, segundo Martino “é um panorama das idéias sobre como se constrói e se define uma identidade a partir da comunicação” (p. 13). Logo na introdução, o autor, a partir de uma série de questionamentos, vai evidenciando os motivos pelos quais a escreveu. O primeiro desses questionamentos está no subtítulo “quem você pensa que é?”. Mas por que “quem você pensa que é?” e não “quem você é?”?. A idéia de Martino é tentar perceber quais as representações que são feitas da identidade e não tentar entender uma “essência” ou “síntese” da identidade dos indivíduos.

A identidade aqui é vista como um processo relacional, uma questão de comunicação, ou seja, é o resultado da interação de mensagens entre pessoas e culturas. O autor cita como exemplo a próprio livro *Comunicação e Identidade* que começou a ser pensado quando ele, em uma conversa com um professor em Norwich, descobriu que, no imaginário deste – e de boa parte do velho continente –, o Brasil não fica no Ocidente e sim no “Sul”. A partir dessa desconstrução espacial, Martino começa a

¹ Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFPB.



analisar outros aspectos relacionados a sua própria identidade iniciando assim um estudo com base na auto-reflexão.

Na primeira parte, *A comunicação e as narrativas de identidade*, o autor trabalha as relações entre identidade e comunicação, esta última pensada como interação cultural. Segundo Martino, é a partir dessa interação cultural que os indivíduos vão definindo sua identidade. O estranhamento decorrente da interação com o “diferente” é o que vai ajudar o sujeito a se perceber de forma mais clara. A identidade, portanto, se aflora a partir da alteridade.

É nesse momento que autor começa uma análise política por meio das noções de “centro” e “margem”. No capítulo *Olhar, Nomear, Controlar*, Martino se utiliza do exemplo da colonização da América para destrinchar visualmente a dominação simbólica que se iniciou com a instituição inconsciente do discurso colonizador sobre o colonizado que acabou aceitando tal discurso também de forma inconsciente.

Ainda no campo histórico, *Comunicação e Identidade* nos traz uma discussão interessante sobre tempo e memória nas narrativas da mídia pensando o conceito de “passado”, “narrativa” e “história” com base nos estudos de Jenkins (2006), Arnold (2003) e Lowenthal (2004). É preciso ter em mente que passado é construído a partir de uma seleção de narrativas que irão compor a história. A mídia funciona nesse processo como algo que irá lidar o tempo todo com a ênfase ou esquecimento de determinadas narrativas sobre o passado. Não raro, esse passado é representado de forma mítica. Martino cita o exemplo dos filmes de *western* americanos que foram transformados em discursos fundadores dos EUA. “A televisão e o cinema sonham os mitos de origem, transformando o que se acredita ser a realidade histórica em um produto altamente elaborado de construção de identidade” (p. 61), afirma o autor.

Ainda nessa primeira parte, Martino analisa o preenchimento dos espaços com objetos de memória que têm o poder de configurar o ambiente como nosso numa espécie de colonização, uma impressão de marca específica. Ao passo que isso é feito, constrói-se um texto pelo qual é possível traçar uma identidade. Estruturam representações do “eu”.



Na segunda parte, intitulada *Margens da identidade*, autor se dedica ao que ele chamou de “margens da identidade”. O objetivo aqui é entender como os conhecimentos constroem identidades. Para isso, Martino retoma a discussão sobre “centro” e “margem” agora com a ajuda de autores que se dedicaram a este assunto, o que torna esta segunda parte densa e rica de ângulos de visão acerca dessa problemática.

Leon-Portila é o primeiro dos autores que pensam identidade a partir da margem a trabalhar a identidade latino-americana. Martino o utiliza para tentar localizar a “origem” da identidade latina. Em seguida, Frantz Fanon e suas idéias sobre o problema da representação é convidado a dialogar com as idéias de Martino. Em *Os condenados da Terra*, Fanon faz uma análise filosófica e psiquiátrica da colonização mostrando que a eliminação da cultura, da língua e dos costumes (principais referências de identidade) acarretaram na impossibilidade de se pensar a si próprio a partir do próprio olhar, ou seja, a identificação agora se dá de acordo com o filtro cultural adquirido do colonizador.

Martino lança mão ainda da obra *Orientalism* de Edward Said – onde o Said tenta descobrir as origens do discurso sobre o Oriente e por que a concepção corrente (do Ocidente) explora apenas o “exótico” – e de *Descolonização da Mente* de Ngugi Wa Thiong’O que analisa os efeitos do colonialismo sobre a cultura, sobretudo as consequências da substituição da língua materna pela língua do colonizador. O último autor que dialoga com *Comunicação e identidade* nessa abordagem sobre “margem” cultural/identitária é Homi K. Bhabha (2008) que trata da cultura sem território tanto por causa mobilidade das pessoas (nunca se viajou tanto, como ele próprio diz) quanto pelo auxílio dos meios de comunicação de massa e de rede, que tornaram os fluxos de representações de identidade em algo global.

Na terceira e última parte, *A identidade mediada*, Martino analisa o indivíduo diante da mídia. Logo de cara, o autor tece uma abordagem sobre mente, cérebro e comunicação pelo viés da neuro-História da Arte. O objetivo aqui é pontuar algumas formas de como o indivíduo se relaciona com as tecnologias e como estas alteram as relações do ser humano com a realidade. A neuro-História tenta entender a criação e a recepção da obra de arte tendo em vista as descobertas da ciência em relação cérebro.

Ainda nessa parte, Martino estabelece uma análise cronológica da “evolução” da comunicação. Primeiro, convida Derrida (1967) e a noção de *farmakon* – que entende a *escrita* como veneno para a memória – em seguida, Pignatari (1974) e a “explosão do signo” – estabelecida a “galáxia de Gutenberg”, o livro torna-se o padrão de pensamento e a relação do *homo typographicus* estabelece-se no *ver* e não mais no *ouvir/narrar*. E é com Boorstin (2003) que o Martino inicia a discussão sobre a identidade pós-humana que, segundo ele, se estrutura em torno das novas formas de relacionamento interpessoais e percepção da realidade modificadas pelas tecnologias da comunicação. A partir desse ponto o autor comenta acerca da “identidade disseminada” e da “intimidade pública”, para isso, lança mão de uma análise dos blogs e dos *reality shows*.

Comunicação e identidade tem a grande (des)vantagem de ser uma obra extremamente ampla no que diz respeito a assuntos tratados. Se por um lado isso nos faz discutir diferentes ângulos do tema proposto, por outro as discussões se mostram rasas em alguns momentos. Na sua conclusão, isso se torna evidente. Martino abre mão de tentar fazer uma síntese de sua obra para mostrar, em uma linguagem ligeiramente poética, a dificuldade que é tentar expressar tudo o que se sabe e que se quer discutir. Como ele mesmo diz, “conhecer o texto é conhecer no máximo o que o autor permitiu que lá estivesse” (p. 207). Apesar disso, seus estudos de caso e a sua ampla lista de autores referenciados nos incentivam a seguir um dos diversos caminhos relacionados ao tema comunicação e identidade para aprofundamento.