



A RELAÇÃO SUJEITO-AMBIENTE SOB A ÓTICA DA TEORIA DA RECEPÇÃO

Lúcia Gomes Ribeiro, Mestrado em Design, Departamento de Artes e Design, PUC-Rio

Este artigo faz uma narrativa acerca de como o indivíduo traduz o ambiente construído por ele vivenciado. Vamos analisar esta relação através da abordagem da Teoria da Recepção que estuda o sentido e os efeitos que nascem da interação entre os textos e os papéis assumidos pelas audiências. Esta abordagem coloca que há algo na comunicação que não estava sendo considerado: o poder da audiência em dar significado às mensagens. Considera que o receptor interpreta as mensagens, assim procura localizar a atribuição e a construção de significados dados pelo receptor na sua relação com a mídia.

O OUTRO NO TEXTO ESPACIAL

Amélia (personagem imaginária adotada para nossa narrativa) acabou de comprar um apartamento. Cenário: uma grande cidade, um bairro classe média bem localizado, uma rua tranqüila, um edifício bom, um apartamento arejado. Como você, que está lendo este artigo, também usuário de espaços construídos, imagina este cenário, que a partir de agora chamaremos de ambiente? Isto vai depender da forma como você vivencia o seu ambiente. Mas de antemão podemos levantar algumas coisas comuns para os repertórios seu, meu e de Amélia: cidade, bairro, rua, edifício e apartamento. Independente de como for o seu apartamento, ou o de Amélia, entendemos o que seja um apartamento. Esta é a significação do ambiente, que passa agora a ser encarado como texto. Segundo Todorov um texto evoca fatos de dois diferentes modos: pela significação e pela simbolização. Os fatos significados são entendidos e para isso precisamos conhecer o código a que se referem, ou seja, conhecer a linguagem do texto. Portanto, o entendimento do nosso ambiente em questão é comum tanto para Amélia como para qualquer outro morador e sua significação consiste neste entendimento.

Depois de colocada a significação, o ambiente/texto evoca sua simbolização. Todorov diz que os fatos simbolizados são interpretados e variam de um sujeito para o outro. A simbolização é posterior à compreensão entendida por ele nesse texto como significação. Portanto cidade grande, bairro classe média bem localizado, rua tranqüila, edifício

bom e apartamento arejado são simbolizações que serão interpretados de acordo com a experiência individual de cada um.

Mas continuemos. Amélia está se mudando e decorando o apartamento da forma como prefere. Ela não sabe, ou melhor, não se dá conta de que está se utilizando a mídia para comunicar suas preferências, seu modo de ver e se posicionar diante do mundo. Ops! Algo está soando estranho para alguém? Bom, devo então abrir um parêntese para melhor explicar essa colocação. O ambiente construído possui diferentes discursos, expressos de diversas formas, e isso faz com que à luz da Teoria da Recepção eu o considere como mídia. Vou explicar melhor.

COMUNICAR ATRAVÉS DA ARQUITETURA

Para poder falar da comunicação da arquitetura primeiramente vou citar Todorov (1980) quando ele diz da onipresença da leitura: "O que é onipresente é imperceptível. Nada é mais comum do que a experiência de leitura, e ainda nada é mais desconhecido". Se formos transpor isso para o ambiente construído percebemos que não há nada mais onipresente do que ele mesmo. O cenário metropolitano - "lugar por excelência da atenção flutuante, como a do telespectador, diante de cujo olhar indiferente desfilam desencarnadas, porém resplandecentes, as coisas mesmas, o mais terrível anulado pela justaposição do anódino" (ARANTES/1995) - proporciona uma total imersão do sujeito no objeto, impossibilitando o distanciamento para que se veja, e se perceba. Além da onipresença temos as várias formas de interpretações colocadas por Stam (2000), que variam em função dos meios de exibição da mensagem, onde a arquitetura se encaixa, ela é um meio de exibição que faz parte do cotidiano e assim se funde (e o confunde) com o usuário/receptor. Mas afinal, o que tanto se tem pra "ler" no ambiente construído?

Existem vários estudos sobre o discurso arquitetônico. De acordo com Arantes (1995), sobre a teoria de Venturi, "não cabe à forma arquitetônica enquanto tal figurar o que quer que seja, mas reservar a algum elemento decorativo a tarefa de informar. O símbolo não é arquitetônico mas gráfico: um letreiro, um luminoso, um objeto exterior indicativo de suas funções ou até mesmo a fachada concebida como um painel, porém claramente distinta do corpo do prédio." Neste caso, denominada arquitetura simbólica, a mensagem que se pretende é expressa através dos elementos que compõem o ambiente construído: seja o caráter da edificação (ex: farmácia, clube esportivo, etc), seja um posicionamento social (ex: fachada de um restaurante classe

"A"), seja a localização de alguma coisa (ex: letreiros que indicam local de banheiros e telefones), etc.

Aldo Rossi, apud Arantes (1995), aprofunda mais e coloca que a imagem da cidade em que se baseiam os arquitetos para conceberem suas obras está vinculada ao seu lugar de inserção, "não apenas do ponto de vista físico e topográfico, a sua ambiência imediata, mas um gesto referido a um espaço constituído por "elementos primários", fatores da memória coletiva". Desta forma a mensagem terá sentido (significado) a partir do usuário/receptor, da interpretação dele, assim como afirma Fiske, apud McQuail (1993), que assinala que os textos da mídia são um produto de seus leitores. Um programa de televisão torna-se um texto quando a interação com a sua audiência ativa alguns dos significados. Podemos dizer que o discurso compõe uma "estrutura de significados". Tal estrutura nada mais é do que o repertório de cada um que interfere na produção de sentidos da mídia. Portanto, um ambiente poderá ter diversas interpretações e conseqüentemente usos diferenciados. Por exemplo, podemos observar, em situações do dia-a-dia, comportamentos particulares a cada indivíduo diante de um mobiliário urbano. Uma parada de ônibus coberta com banco para sentar pode significar para alguns simplesmente um marco do ponto de embarque e desembarque do ônibus. Existem pessoas que verão naquela cobertura algo como um abrigo, uma proteção que inspira um sentimento de segurança. Diante desta abordagem, o autor do ambiente construído pode expressar qualquer mensagem, seja através das formas, das cores, dos elementos gráficos, etc.

Existe também a comunicação arquitetônica pelo discurso ideológico, como aconteceu com todo o movimento da Arquitetura Moderna. "A arquitetura acreditava pressagiar dias melhores para a humanidade, e isso com tanto mais razão quanto ela podia intervir diretamente sobre as condições materiais de vida do homem moderno - isto é, em princípio, alterar radicalmente a fisionomia da cidade. A utopia resumia-se a convicção de que era possível, e desejável, resolver o antagonismo da grande metrópole através da reordenação do espaço habitado, uma intervenção em profundidade que se refletia na organização social. Para tanto, o novo método projetual deveria ser regido pelos seguintes preceitos: objetividade, racionalidade, funcionalidade e internacionalidade - resumidos na fórmula-programa "arquitetura funcional" (ARANTES/1995). Mas neste caso o discurso do "autor" previa mudanças no comportamento do "leitor" para que a recepção acontecesse sem ruídos. Daí o erro da Arquitetura Moderna, o usuário não respondeu da forma como o esperado e os ambientes, muitas vezes, tiveram

usos adversos do previsto, ou usos que prejudicaram os usuários.

Bom, poderia continuar discorrendo sobre as diversas formas em que o ambiente construído é visto como meio de comunicação, até chegar à crítica da arquitetura que aborda os vários modos de interpretação, mas vou citar apenas mais um para que eu possa continuar a narrativa interrompida anteriormente. Quero acrescentar somente a questão que se refere à estética do Ambiente Construído. Acredito que a maior das discussões dentro do âmbito da arquitetura está em ser ou não uma obra de arte. Não vou aprofundar neste ponto, apenas quero dizer que para aqueles que a vêem como arte a comunicação entre a obra e o receptor está intrínseca, ela vai acontecer sempre. Há até quem a veja, depois do Movimento Moderno, como arte de massa, como coloca Arantes: "Se de um lado as formas simples ou as formas-tipo permitem, pela sua reprodutividade técnica, a recepção distraída que deparamos na origem do fato arquitetônico, de outro alcançamos um tal ponto de inflexão que tais formas elementares, graças ao tipo de reprodução que consentem, tornou-se objeto de consumo massificado. É esta lógica que governa o elementarismo programático das formas simples, do produto em série, standardizado, das fachadas homogêneas, das aberturas padronizadas, dos módulos, da moradia mínima, dos modelos, tipos e invariantes, que se harmonizam no novo panorama urbano. Obedecendo aos princípios de montagem, estas células que se ordenam num todo urbano vão se ajustando segundo leis e ritmos da lógica do consumo de massa. Não surpreende então que, ao término desse processo, as imagens arquitetônicas funcionem como imagens publicitárias."

DE VOLTA AO OUTRO NO TEXTO ESPACIAL

Interrompemos nossa narrativa no ponto em que Amélia estava organizando espacialmente seu mobiliário, escolhido a dedo por ela, dentro do seu apartamento todo vazio. Eu disse que neste momento ela estava "escrevendo" sua mensagem através do ambiente. Você não sabe, mas ela colocou justamente na sala, emoldurada em um quadro, aquela camiseta autografada pelos Beatles que ela ganhou de presente de seu tio. Ela se acha privilegiada por ter um objeto como este, e colocá-lo ao alcance dos olhos de todos que a visitarão a faz sentir orgulhosa de si, e as pessoas podem até considerá-la alguém importante. Outra coisa que ela fez questão de pôr em todo o apartamento foi a maior quantidade possível de armários com portas para que suas coisas fiquem bem guardadas e as pessoas não descubram, ao entrar no ambiente, que ela é desordeira. E assim por diante ela foi decorando todo o seu novo lar.

Para analisarmos como Amélia está se comunicando arquitetonicamente vou primeiro citar Jensen apud Stam (2000): "a recepção das mídias é uma atitude integrada de grupos culturais e deve ser estudada no seu aspecto social e racional (argumentativo)" Trata-se de comunidades interpretativas, ou seja, de práticas comuns de usos da mídia. As comunidades interpretativas teriam critérios, regras e códigos de interpretação compartilhados, ou seja, um repertório similar que lhes permite atribuir significados semelhantes e pertencer à mesma "tribo". Assim, para cada comunidade interpretativa Amélia insere um objeto em sua casa. Para seus pais e suas tias, que são um pouco conservados em comparação a seus amigos em geral, ela criou um oratório, entre os dois sofás, com imagens de vários santos, principalmente Santa Cecília que sua mãe é devota. Mas aquele tapete com motivo asteca ela tem certeza que a turma de faculdade, principalmente aqueles seus colegas de história da arte, irão perceber logo que entrarem na sala. E assim ela vai "escrevendo" o seu texto, para os seus leitores imputados. Qualquer pessoa ao escrever tem em mente a quem se dirige, ou seja, pensa e imagina quem é seu leitor. O leitor representado é o que Todorov denomina de *narratee*. Seria o leitor imaginado, imputado no texto no momento de sua produção. O *narratee* seria o "outro generalizado", a forma como eu imagino o outro. Mas estas pessoas irão realmente entender o que Amélia quis dizer em seu texto?

Segundo Stuart Hall, apud McQuail (1993), em primeiro lugar, os comunicadores escolhem codificar as mensagens com propósitos ideológicos e usam a mídia para isso. Em segundo, os receptores não são obrigados a aceitar a mensagem da forma como foi enviada. Eles podem resistir. As estruturas de significados, ou melhor, o repertório de cada um, interfere na produção de significados/sentidos da mídia. As pessoas ocupam posições e papéis sociais diferentes e podem perceber o mundo e as mensagens da mídia de acordo com a sua posição no contexto social. Então, as visitas que chegarem à casa de Amélia terão diferentes interpretações e poderão perceber até o que não foi escrito por ela.

CONTINUANDO...

Vou começar minha conclusão dizendo que este assunto não se esgotou, por isso ao invés de finalizando digo continuando. Amélia vai estar sempre alterando seu apartamento, assim como o seu bairro e a sua cidade estarão sempre dizendo algo diferente, numa contínua troca de informações, numa

constante comunicação, que abrem precedentes para maiores análises. A minha intenção com este artigo foi apresentar como o ambiente construído pode ser tratado e estudado dentro da Teoria da Recepção, e desta forma contribuir para um maior entendimento acerca da problemática relação ambiente/obra x usuário/receptor. Acredito que a partir do momento que esta relação for mais bem entendida os erros de interpretações serão mínimos e conseqüências como má utilização espacial, degradação do ambiente, entre outras, estarão prestes a serem resolvidas.

BIBLIOGRAFIA

TODOROV, Tzvetan. - *The Reader in the text - Essays on Audience and Interpretation*. Princeton University Press, New Jersey, 1980.

STAM, Robert - *The rise of cultural studies*. Blackwell Publishers Inc., New York University, 2000.

MCQUAIL, Denis & WINDAHL, Sven - *Audience receptions and decoding*. Addison Wesley Longman Publishing, New York, 1993.

BRANDÃO, Carlos Antônio Leite - *Os modos do discurso da teoria da arquitetura*. Originalmente publicado no Cadernos de Arquitetura Ritter dos Reis, Porto Alegre, 2001.

ARANTES, Otília, *O Lugar da Arquitetura Depois dos Modernos*, Editora da Universidade de São Paulo, São Paulo, 1995.