

Representações e comunicação: uma relação em crise*



Murilo César Soares

*Doutor em Comunicação (ECA-USP)
Professor dos cursos de Graduação e Pós-graduação
em Comunicação (FAAC-UNESP)
E-mail: murilo@faac.unesp.br*

Resumo: Nos estudos de comunicação e da cultura, o conceito de representação tem tido uso crescente. O propósito deste texto é, portanto, indicar algumas questões teóricas sobre as concepções desse tema, de modo a estabelecer referências aplicáveis nos trabalhos analíticos sobre a cultura midiática. Para isso, com base na bibliografia, distingue quatro problemas: a) representações mentais; b) determinantes sociais das representações; c) representações midiáticas; d) representação distribuída. Discutem-se, finalmente, os novos problemas introduzidos nessa discussão pelo conceito de simulacro.

Palavras-chave: comunicação, representações, enquadramento, simulacro.

Representación y comunicación: una relación en crisis

Resumen: En los estudios de la comunicación y de la cultura, el concepto de representación se usa cada vez más. El propósito de este texto es, por lo tanto, indicar algunas cuestiones teóricas sobre las concepciones de representación de modo a establecer referencias para los trabajos analíticos sobre la cultura mediática. Para eso, con base en la bibliografía utilizada se destacan cuatro problemas: a) las representaciones mentales; b) los determinantes sociales de las representaciones; c) las representaciones mediáticas; d) la representación distribuida. Se discuten, finalmente, los nuevos problemas introducidos en esa discusión por el concepto de simulacro.

Palabras claves: comunicación, representaciones, encuadramiento, simulacro.

Communication and representation: a relation in crisis

Abstract: In papers on communication and culture, the concept of representation has been exhibiting a growing use. The purpose of this text is, therefore, to highlight some theoretical questions about the conceptions of representation, so as to establish applicable references to the analysis of the media culture. To do so, based on bibliography, it distinguishes four problems: a) mental representations; b) social determinants of representations; c) media representations; d) distributed representation. At last, the problems presented by the concept of simulacra are discussed.

Key words: communication, representations, framing, simulacrum.

O termo representações tem tido largo uso em trabalhos acadêmicos atuais, nos campos das ciências humanas e sociais, indo da Pedagogia à Comunicação, abrangência que se deve, provavelmente, ao fato de que todas as realizações humanas podem ser examinadas com base no conceito de representação. Trata-se de um conceito com uma longa trajetória teórica, que vai da Idade Média até o século XX (Santaella e Nöth, 1998), sendo “construído nas fronteiras da sociologia, psicologia e semiótica”, como atentou França (Pereira, Gomes e Figueiredo, 2004:14), articulando o pensamento comunicacional a outros campos de conhecimento.

Este texto, com base na bibliografia, aponta justamente a diversidade disciplinar que caracteriza o conceito, procurando balizar sua aplicação nos estudos sobre a comunicação midiática. Para isso, dada a amplitude do objeto, entendemos que nele devem ser distinguidas, pelo menos, quatro ordens de problemas distintos, porém complementares, a saber: a) representação mental; b) determinantes sociais

* Uma versão preliminar deste trabalho foi apresentada ao GT Cultura das Mídias, durante o XVI Encontro da Compós, na UTP. Curitiba, 13 a 16 de junho de 2007.

das representações; c) representações mediáticas e d) representação distribuída.

● **Representação mental**

O ponto de partida e um dos momentos mais importantes da elaboração do conceito é a filosofia medieval, que introduziu o termo latino *repraesentatio*, ora para indicar uma imagem, ora uma idéia, ora ambas as coisas, sugerindo uma “semelhança” com o objeto ou a coisa representada. Representar envolvia, portanto, a idéia de rerepresentar algo então ausente como se estivesse presente, ou seja, tornar algo presente outra vez. Essa noção deu origem a uma variedade de teorias sobre a representação mental na filosofia medieval, indo até a época de Descartes. No século XII, quando se estabelece grande parte do vocabulário filosófico ocidental, aparece o sentido de representação mental como conceito, ao qual se atribui uma função semântica, por meio da qual ele pode ser signo de objetos. A representação mental poderia atuar como uma “palavra” mental, assumindo um papel lingüístico, de modo que as representações podiam ser combinadas para formar conceitos mais complexos ou sentenças da linguagem.

O termo alcançou um uso freqüente na filosofia, especialmente para se referir ao conhecimento que podemos ter da realidade e, no século XVIII, Kant considerou a representação como o gênero, do qual todos os atos ou manifestações cognitivas seriam espécies, atribuindo significação máxima ao termo, que foi usado a partir de então na linguagem filosófica (Abbagnano, 1982). Nessa perspectiva, o mundo cognoscível para nós é constituído de representações, as quais são marcadas pelas limitações de nossos sentidos e das nossas capacidades cognitivas. Contemporaneamente, as noções de representação mental e de intencionalidade se tornaram objeto da filosofia da mente, que considera o pensamento um estado mental sobre algo diferente de si mesmo, apresentando, pois, uma natureza representacional.

Representação mental é tomada, por alguns autores, como um construto hipotético para explicar o funcionamento da mente. Como uma teoria da mente não poderia se basear em representações não-conceituais, considera-se que as representações mentais se constituem por meio da abstração dos dados da experiência, os quais, ao serem designados pelos signos lingüísticos, tornam-se estáveis, permitindo uma estruturação proposicional. Em última análise, portanto, o significado de uma palavra se encontraria sempre na representação mental que essa palavra exprime (Prado Júnior, 1961).

● **Determinantes sociais das representações**

A partir do século XIX, abre-se uma nova perspectiva de análise do problema das representações, enfocando não os processos de formação dos conceitos no interior da mente e suas relações semânticas com os objetos, mas o papel das estruturas sociais e conjunturas históricas na constituição das representações. Passa-se a considerar a possibilidade da produção social das idéias que sancionam percepções sobre coisas, pessoas, idéias, estados e processos. As coletividades instaurariam consensos mais ou menos amplos, podendo entrar em conflito com formulações concorrentes.

Iniciadores desse enfoque, Marx e Engels apresentaram uma teoria sobre o papel da sociedade na formação das idéias, utilizando o termo *ideologia* para referir-se à influência das estruturas sociais na formulação das representações vigentes em uma dada época histórica (Marx; Engels, 1983). A análise invertia os termos convencionais de abordagem do problema da formação das idéias, colocando em primeiro lugar o modo de produção material da sociedade:

Em outras palavras, não partimos do que os homens dizem, imaginam e representam, tampouco do que eles são nas palavras, no pensamento, na imaginação e na representação dos outros, para depois chegar aos homens de carne e osso; mas par-

timos dos homens em sua atividade real, é a partir de seu processo de vida real que representamos também o desenvolvimento dos reflexos e das representações ideológicas desse processo vital (Marx; Engels, 1998:19-20).

Numa sociedade dividida em classes, a ideologia dominante seria a ideologia da classe dominante, a única que tem meios para dedicar-se à elaboração de idéias. A ideologia dominante mascara a base produtiva real da sociedade e as relações entre as classes dominantes e dominadas, tendo, por isso, um caráter justificador da exploração, formulando explicações legitimadoras do *status quo*. Ideologias são, portanto, representações conceituais de caráter político que configuram a realidade social a partir do prisma de uma classe, destacando-se nesse processo a classe dominante. Como se origina em um segmento da sociedade, a ideologia expressa um consenso limitado e particular sobre determinadas questões, combatendo os argumentos de outros setores sociais. Torna-se, assim, uma forma de representação auto-alimentada, que tende a exibir um antagonismo agudo às formulações concorrentes.

No início do século XX, um dos pioneiros da Sociologia, Émile Durkheim, propôs o conceito de “representações coletivas” para indicar categorias de pensamento que traduzem estados das coletividades. Ecoando a formulação marxista, embora numa abordagem não conflitual, mas, ao contrário, integrativa, a estrutura social é considerada determinante das categorias de pensamento, as quais tenderiam a reproduzi-la simbolicamente (Mattedi, 2006). Escreve Durkheim:

... as categorias são representações essencialmente coletivas, elas traduzem antes de tudo estados da coletividade; dependem da maneira pela qual essa é constituída e organizada, de sua morfologia, das suas instituições religiosas, morais, econômicas etc. (Durkheim, 1989:45).

Nos anos 1920 e 1930 do século XX, começa a constituir-se um ramo próprio de

estudos das determinações sociais das representações, o da Sociologia do Conhecimento, que ganharia corpo principalmente a partir da obra de Karl Mannheim, *Ideologia e utopia*. O estudo da construção social da realidade, ou seja, dos processos de objetivação das representações do mundo e sua interiorização por meio da socialização (Berger e Luckmann, 1983) tornava-se uma disciplina acadêmica.

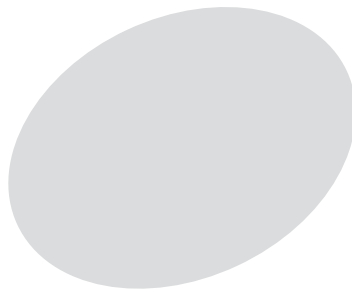


*Para Moscovici,
representações sociais
seriam explicações
e conceitos originados
nas comunicações
interpessoais
da vida cotidiana*

Essa perspectiva influenciaria, em seguida, a Psicologia Social, por meio do conceito de representações sociais, proposto por Moscovici em 1961, que se contrapõe à noção de “representações coletivas”, excessivamente totalista, sublinhando, ao contrário, as influências grupais sobre o pensamento individual, em sociedades com maior diversidade social e cultural. Para Moscovici, representações sociais seriam explicações e conceitos originados nas comunicações interpessoais da vida cotidiana, operando como formas de familiarização com setores do mundo estranhos a nós, por meio de “uma série de proposições que possibilita que coisas ou pessoas sejam classificadas, que seus caracteres sejam descritos, seus sentimentos e ações sejam explicados e assim por diante” (Moscovici, 2003:209-210).

Na discussão sobre as relações entre conhecimento e contexto histórico e social, é necessária ainda a referência ao pensamento de Michel Foucault. O filósofo examinou a representação em *As palavras e as coisas* (1995), relacionando-a à chamada episteme

As representações mediáticas têm papéis distintos nos três gêneros da cultura de massa: a ficção, a persuasão e a informação



dos séculos XVII e XVIII. Episteme é o termo pelo qual ele caracteriza o princípio de ordenação dos saberes de cada época histórica (Gregolin, 2006). No entanto, Hall insiste que a grande contribuição de Foucault ao estudo das representações advém da força de seu conceito de discurso, entendido não como uma fala individual, mas como sistema de representação, um conjunto de afirmações que produz conhecimento sobre um assunto num dado momento histórico (Hall, 1997).

The main point to get hold of here is the way discourse, representation, knowledge and “truth” are radically *historicized* by Foucault, in contrast to the rather ahistorical tendency of semiotics. Things meant something and were ‘true’, he argued, *only within a specific historical context*. Foucault did not believe that the same phenomena would be found across different historical periods. He thought that, in each period, discourse produced forms of knowledge, objects, subjects and practices of knowledge, which differed radically from period to period, with no necessary continuity between them (Hall, 1997:46).

Na abordagem foucaultiana, as falas singulares das pessoas não são livres, neutras e independentes, mas fazem parte de uma série, integram-se num jogo enunciativo geral, ou seja, existe uma regularidade entre os conceitos e escolhas temáticas dos falantes, que remetem a “formações discursivas” (Gregolin, 2006). A análise de Foucault é, por conseguinte, indicativa de que a representação reprime uma área da experiência, condenada ao silêncio, ou seja, ele compreende o discurso como uma violência imposta às coisas (Farinaccio, 2004).

Representações mediáticas

Os autores marxistas e os sociólogos do conhecimento, via de regra, analisaram um mundo em que a comunicação era predominantemente lingüística e literária, marcada pelos discursos do livro, do jornal e do partido. Com a disseminação dos meios audiovisuais, ao longo do século XX, a questão das representações deixaria paulatinamente esse domínio ligado a idéias e doutrinas formuladas proposicionalmente e começaria a envolver, cada vez mais, as representações visuais e encenações mediáticas, nas quais, geralmente, os conceitos não são expressos claramente, nem argumentos são construídos, estando, pelo contrário, implícitos nas imagens visuais das narrativas mediáticas, sendo naturalizados pelo registro fotográfico, ao qual se adicionaram o movimento, os sons, as cores e a difusão eletrônica e digital. Na comunicação mediática praticada hoje, é raro encontrar expressões das próprias ideologias, comuns em livros e em jornais partidários: elas se manifestariam de forma tácita, como vestígios ou traços implícitos em narrativas do jornalismo, da ficção, da publicidade e da propaganda.

Origens mais remotas do uso de representação para referir-se a formas sensíveis podem ser encontradas na linguagem medieval, que, como vimos, atribuía ao vocábulo o sentido de imagem ou representação artística e também o empregava para indicar as estratégias oratórias para trazer algo à mente. Quintiliano foi um dos primeiros autores a empregar o vocábulo representação, dando-lhe o sentido de “ilustração vívida”, instrumento da boa retórica, pela qual é como se o orador pintasse um quadro claro e convincente do assunto, falando de forma a trazer à imaginação dos ouvintes uma imagem interior, re-apresentando-a às suas mentes. O termo ganharia, por outro lado, importância na teologia cristã medieval, na qual a Eucaristia aparece como a representação do sacrifício de Cristo. O termo foi ainda empregado como tradu-

ção de *mimesis*, da obra de Aristóteles, para referir-se à representação externa, imitação, na pintura, escultura e na poesia.

A força da comunicação contemporânea tem sido atribuída justamente às capacidades expressivas dos meios de comunicação, que, por meio das imagens e da palavra, conferem realismo, drama e intensidade afetiva às representações midiáticas. Na sua etimologia, o termo representação já alude a algum tipo de correspondência com as propriedades de objetos, eventos, processos e relações, de modo que as representações teriam, para alguns autores, um caráter analógico. Os meios de comunicação modernos são a concretização tecnológica máxima da “representação” no sentido da figuratividade da imagem.

A similitude entre a imagem e o objeto confere um caráter testemunhal, uma verossimilhança e um realismo às representações visuais, especialmente a partir da fotografia, dando um ar de naturalidade e espontaneidade a essas formas (Barthes, 1990). Essas características foram exponenciadas pelo cinema e, mais ainda, pela televisão, especialmente nas transmissões ao vivo, que agregaram à imagem visual o movimento, os sons da realidade e a simultaneidade. A crítica da cultura midiática, tem, por essa razão, focalizado destacadamente a fotografia, o cinema e a televisão, no sentido de revelar o caráter construído de suas representações.

Apesar do seu realismo, análise do processo de representação implica o reconhecimento do seu caráter produzido. As representações midiáticas são geralmente analisadas como modos de exposição de determinados assuntos ou pessoas que salientam algumas de suas características, ou mesmo acrescentam a eles ou subtraem deles certos atributos. Na história das pesquisas em comunicação, diversos autores enfocaram de maneiras diferentes esse aspecto, destacando os vieses implícitos nas representações, por meio de conceitos como enquadramento (ou *framing*, Entman, 1991), mitologia (Barthes, 1980) e representação (Hall, 1997). No entanto, as

marcas dessa produção podem ser obliteradas sutilmente, ficando invisíveis, tanto no caso dos discursos verbais como nas imagens fotográficas ou eletrônicas. Como aparentam ser ou mesmo se apresentam como um retrato do mundo, essas representações instauram ou sancionam, homologam, naturalizam certos vieses, sugerindo que esse é o modo de ser da sociedade representada, de modo a fixar ou a confirmar estereótipos étnicos, sociais, de gênero, profissionais. Trata-se, ora da instauração de padrões “normais” ou “modelos”, ora de imagens pejorativas ou idealizadas de populações, categorias sociais, minorias etc. Esta ação dos meios incorporaria, num registro naturalista, os procedimentos das representações sociais examinadas no item anterior, amplificando-os.

Como resultado da onipresença dos meios, as representações midiáticas são as mais profusas e importantes nos estudos de comunicação. A pesquisa das representações da cultura midiática tem como focos mais recorrentes as da mulher, das minorias e das etnias, embora, em princípio, qualquer assunto possa ser objeto de estudo enquanto representação. As representações aparecem no contexto discursivo como formas casuais, meras insinuações, “pistas” visuais, ou mesmo como “cenário” exibido como “padrão”, que acaba naturalizando a representação, especialmente com o auxílio da imagem fotográfica ou eletrônica. Os textos ou programas, assim, produzem determinadas composições de imagens pictóricas ou dramáticas, audiovisuais, aparentemente colhidas no mundo empírico, sem intervenção ativa de ninguém, as quais são elevadas à categoria de “representantes” de pessoas, situações, fatos. Por esse meio, as intervenções invisíveis do autor de um texto são potencialmente capazes de influenciar de maneira sutil as percepções sobre pessoas, gêneros, grupos sociais e categorias, contribuindo, como dissemos, para o estabelecimento ou confirmação de estereótipos.

A vida em sociedade, contemporaneamente, foi analisada por Morin (1976) como

sendo constituída de duas situações distintas: a primeira, real, concreta, do cotidiano vivido; a segunda, imaginária, que se abre a partir das atrações da cultura de massa. Esta última transporta as pessoas para além do horizonte cotidiano, produzindo experiências vicárias de fatos não vivenciados diretamente e construindo representações tanto sobre sua experiência direta como sobre temas distantes do dia-a-dia dos membros da audiência. As representações mediáticas desempenham papéis distintos nos três grandes gêneros da cultura de massa: a ficção, a persuasão (publicidade comercial, propaganda política) e a informação (jornalismo). Uma quantidade de estudos sobre representações tem como objeto telenovelas, séries de TV, filmes, produções ficcionais que atuam no âmbito da fabulação, produzindo um imaginário, sem compromisso necessário com o mundo empírico e histórico, a partir de certas estruturas canônicas, estudadas desde a Antiguidade e que se repetem na dramaturgia, aparecendo claramente nas produções deste gênero. Por isso, muitas dessas produções constituem uma espécie de “jogo”, trabalhando com alguns elementos fixos, que vão se recombinao. Apesar de se basearem numa pressuposta liberdade criativa dos autores, essas produções podem se tornar formas de avaliações da realidade, ao naturalizarem as estruturas sociais, idealizarem certas categorias e demonizarem outras.

A publicidade constitui o gênero que financia toda a comunicação mediática e, por isso, seus objetivos são bem específicos, no sentido de despertar nas audiências o desejo de consumo de bens. A representação na publicidade se organiza como retórica, a fim de semantizar mercadorias, como calçados, relógios, bebidas etc., aos quais atribui significados hiperbólicos (Peninou, 1976). Para isso, opera freqüentemente com elementos narrativos do gênero entretenimento, recaindo, geralmente, na reiteração do *status quo*, o que envolve a idealização de famílias felizes, sexualidade, beleza e juventude perpétuas.

O caso do jornalismo é o mais controvertido, do ponto de vista da adequação e precisão das representações. Enquanto se aceita com certa naturalidade a idéia de que um comercial de TV ou um filme de ficção contenha representações construídas e fantasiosas, essa possibilidade é inaceitável quando se trata de uma reportagem, devido à pressuposição de um compromisso ético e profissional desse gênero com a referencialidade e com o interesse público. No entanto, o jornalismo é necessariamente constituído por relatos de acontecimentos, ou seja, narrativas elaboradas a partir da perspectiva de indivíduos sobre fatos agendados.

Para estudar esse problema, vem sendo utilizado o conceito de enquadramento (*framing*) empregado para analisar como informações pontualmente corretas e verificáveis podem ser selecionadas, valorizadas, destacadas, omitidas ou atenuadas, em reportagens complexas, de modo a produzirem representações diferentes de uma mesma situação (Soares, 2006).

Segundo Entman (1991) ao fornecerem, repetirem e, portanto, reforçarem palavras e imagens que referenciam algumas idéias, mas não outras, os enquadramentos tornam algumas idéias mais salientes no texto, outras menos e outras inteiramente invisíveis. As orientações dos enquadramentos são difíceis de detectar, porque muitos artifícios podem parecer “naturais”, simples escolhas de palavras ou imagens. A comparação com outros textos, no entanto, mostra que essas escolhas não são inevitáveis ou não-problemáticas, sendo centrais para o modo como a notícia enquadra e interpreta os eventos. Para o autor, o enquadramento não elimina toda informação inconsistente, mas através da repetição, focalização e associações reforçadoras, palavras e imagens, torna uma interpretação básica mais rapidamente discernível e memorável que outras. Os fatores essenciais do enquadramento são a seleção dos aspectos de uma realidade percebida e a saliência dada a eles, promovendo, assim, uma definição da situação, uma interpreta-

ção causal, uma avaliação moral (Entman, 1993). As representações no jornalismo se dariam necessariamente como enquadramentos, o que não significa um julgamento moral sobre a prática jornalística em si, mas a admissão de uma contingência própria do trabalho jornalístico.

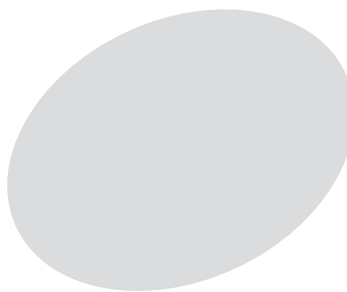
● Representação distribuída

Uma perspectiva em estudos recentes aponta para a *distribuição* do conhecimento entre pessoas e artefatos, considerando-o situado simultaneamente em contextos físicos e culturais. Nessa perspectiva, a representação inclui tanto agentes humanos, seus padrões de comunicação e práticas, quanto os artefatos materiais, dispositivos e instrumentos, que suportam a disseminação do conhecimento pelo sistema. Nessa abordagem, os meios internos (memória, experiência) se entrelaçam com meios externos (dados, diagramas, gráficos, instrumentos, painéis). Não poderíamos mais manter clara a dicotomia entre representações internas e externas (Osbeck; Nercessian, 2006).

Aplicada ao campo da comunicação mediática, a visão distributiva da representação pode realizar uma síntese entre os fatores racional-cognitivo, social e técnico envolvidos no processo, permitindo a superação de antagonismos entre abordagens, como, por exemplo, aquele que confronta, de um lado, as análises das mensagens e, de outro, a recepção, buscando estabelecer o momento da produção de sentido. As representações seriam consideradas como constituídas de redes de interação entre pessoas e artefatos (mensagens), nas quais o pólo individual só é possível na presença dos pólos social e material. Uma concepção distributiva considera as representações mentais, os processos sociológicos e as representações mediáticas como instâncias que incidem umas sobre as outras e retroagem, de forma dinâmica.

● Crítica das representações

As representações mediáticas têm uma correspondência variável com estados do mundo, especialmente do mundo social, de modo que o seu cotejo com outras representações, da ciência ou do senso comum, sugere, para variações que excedam um limite ou intervalo aceitáveis, a idéia de desrepresentação. As imagens da mulher na publicidade, por exemplo, são, via de regra, desviantes, comparadas a padrões populacionais regulares, sendo, no entanto, apresentadas pelos meios como se correspondessem a biótipos estatisticamente freqüentes. A partir de certo ponto, é mais adequado empregar o termo “mitos”, proposto por Barthes (1990), utilizado para essa inflexão de sentido realizado pelos meios.



As representações visuais são, por mais vezes, objeto dessa “reificação”, tornando “vi na TV” o atual critério de verdade

Mais problemático é o uso retroativo da representação mediática, a qual, ao invés de ser considerada como substituto simbólico de algo, é involuntariamente tomada pela audiência como o próprio objeto ou assunto representado, sendo usada como seu equivalente, numa verdadeira reificação da representação. Assim, a propaganda política é percebida como se fosse a própria política e não a encenação de uma forma de retórica eleitoral. De maneira semelhante, uma eventual ênfase na divulgação sistemática de crimes pela televisão pode ser interpretada pela audiência como sinal de uma elevação efetiva dos índices de criminalidade. Inver-

*Para a maioria das
pessoas, os meios
se tornaram os
provedores primordiais
de representações
sobre o estado da
sociedade e do mundo*



samente, deixar de dar uma notícia corresponde a fazer o acontecimento desaparecer para a audiência.

As representações visuais são mais frequentemente objeto dessa involuntária reificação, tornando a expressão “vi na TV” o critério contemporâneo de verdade (Debray, 1993). Essa preocupação é o foco das meditações apocalípticas de Virilio (1994), que sugere que as imagens produzidas tecnologicamente alteraram o contexto nos quais os seres humanos experimentam, registram e recebem representações visuais, de modo que o olhar ocidental se tornou preso à tela, afastando as pessoas das experiências e ações reais, de fazer algo concreto e não mediatizado no mundo físico. A tela substitui o espaço público e o que é considerado verdadeiro passou a ser a imagem visual. As representações visuais se tornam, assim, uma forma de controle oficial das representações, por meio da censura aliada à difusão de imagens seletivas sobre os acontecimentos, feita, por exemplo, por governos ditatoriais ou durante tempos de guerra. A condição de dependência das sociedades contemporâneas em relação às imagens tecnológicas leva a uma ansiedade em relação ao presente, uma sensação de sermos esmagados pela tecnologia científica, uma inquietação sobre o poder político das imagens e uma demanda de que a representação se torne moralmente responsável (Barnhurst, 1996).

Examinando essas questões, especificamente no caso da televisão, Fiske (1996) relaciona três teorias críticas da representação: a mimética, a da representação ideológica e a pós-moderna. As duas primeiras

têm em comum a crença de que exista uma realidade, a qual difere da imagem captada, ou seja, ambas as teorias argumentam que a câmara é um agente de falsificação ou de desrepresentação (misrepresentation). Na abordagem mimética, a realidade é definida em termos empíricos, sendo que a crítica focaliza os desvios da imagem, em comparação com imagens mais verdadeiras e acuradas do real. O problema epistemológico salientado na abordagem mimética é, assim, o da relação da TV com a realidade empírica. Já a teoria da representação ideológica faz a crítica da construção da realidade pela televisão, cujo problema epistemológico é a discursividade ideologicamente determinada. A terceira abordagem enfocada por Fiske, que ele denomina teoria pós-moderna da televisão, está baseada no conceito de simulacro, proposto por Baudrillard (1991). Este autor ignora os problemas da desrepresentação e da construção, dizendo que imagens e realidade não têm status ontológicos diferentes, ou seja, que não haveria mais diferença entre imagem e realidade, pois vivemos numa era do simulacro.

O simulacro é tanto a reprodução como o original, a imagem e o referente, fundidos num mesmo conceito. Fiske exemplifica: quando um político faz uma declaração para uma câmara de TV, o político e seu comentário não ocorreriam sem as câmaras de TV, ou seja, o político e o comentário existem simultaneamente e de modo similar na tela da TV e na realidade. Não há diferença ontológica entre eles, nem há como dizer que um preceda ao outro: cada um é tão real e irreal como o outro. O simulacro não nega o real, mas sim a diferença entre a imagem e a realidade, já que vivemos uma hiper-realidade, uma situação em que se fundem imagem, realidade, espetáculo, sensação e significado. O hiper-real constituiria, ao mesmo tempo, a condição pós-moderna e nosso sentido de experiência dessa condição, reunidos numa mesma noção. Com isso, Baudrillard procura dar conta da característica da nossa era: na nossa sociedade, as imagens se libertaram

tanto da condição de mimese como da de representação, não podendo mais ser controladas pela realidade ou pela ideologia. A cultura pós-moderna é fragmentada, não estando organizada em proposições coerentes, segundo princípios estáveis. A perda de realidade e da ideologia como suporte das imagens seria outro aspecto da perda das chamadas grandes narrativas, levando à fragmentação da experiência e das imagens.

Fiske considera a televisão particularmente adaptada à cultura do fragmento, pelo fluxo contínuo de segmentos, numa seqüência ditada pela mistura de requisitos narrativos, econômicos e do gosto popular. A fragmentação supera a tentativa de imprimir coerência ao discurso televisual e o controle remoto acrescenta novas fragmentações introduzidas pelo usuário, que praticamente constrói a programação que assiste. Mesmo o telejornal implica uma construção pós-moderna, ao justapor imagens de estúdio, o repórter ao vivo no local do acontecimento, imagens de arquivo, comentários de especialistas, reconstituições, infográficos. O acontecimento é um simulacro, no sentido de que se funde à sua própria representação, de que se espetaculariza, por meio de uma série de recursos expressivos próprios dos meios, e esta condição passa a ser a sua maneira própria de existir para as audiências. Para Fiske, a sensibilidade pós-moderna não encara essa *bricolage* como contraditória, na medida em que dispensa conceitos organizadores como gênero, período ou meio, destrói a possibilidade de gerar contradições.

O conceito de simulacro, portanto, destaca a natureza das formas mediáticas, totalmente dependentes dos dispositivos tecnológicos que as produzem e confundidas com os recursos expressivos destes. Por outro lado, sublinha o caráter fragmentário e, aparentemente, contraditório, da comunicação mediática, caracterizada pelo fluxo permanente de imagens. Nesta perspectiva, dissolvem-se os conceitos de representação e de desrepresentação, substituídos por uma hiper-realidade autônoma. Trata-se de uma

crítica radical, que nasce da consciência da fragmentação e do relativismo contemporâneos, instaurando um cenário de niilismo comunicacional (Machado, 2004), que coloca, a nosso ver, novos problemas para as teorias da representação.

● Considerações finais

Os seres humanos se relacionam duplamente com o mundo: pela experiência direta dos acontecimentos e, simultaneamente, pela sua representação. Representar é, assim, uma forma de transcendência, que faz a existência transcender num outro patamar, de definições, denominações, interpretações, julgamentos, próprios à condição humana. A representação, portanto, pode ser tomada como um elemento comum e necessário e como o termo genérico das atividades e realizações culturais, razão da utilização desse conceito em investigações e reflexões em uma variedade de contextos.

A generalidade do conceito traz como consequência uma grande diversidade de enfoques, dentre os quais nos limitamos a quatro, mais relacionados aos estudos da comunicação. Às reflexões medievais sobre a representação mental, que atentavam à dimensão cognitiva, vieram se somar nos séculos XIX e XX o reconhecimento das influências sociais e, posteriormente, a profusão das formas mediáticas, próprias às tecnologias das comunicações. Estas últimas participam da construção do ambiente cultural em que se dão o pensamento, julgamento e a ação dos seres humanos, daí a preocupação crescente com seu papel na política, no comportamento, na formação dos valores, entre os quais aqueles relativos ao gosto estético. Embora, numa perspectiva distributiva, possam ser identificadas múltiplas agências de representação, como os indivíduos, grupos, a escola, o partido, o sindicato, para a maioria das pessoas, os meios se tornaram os provedores primordiais de representações sobre o estado da sociedade e do mundo. Por isso, as narrativas do campo mediático são objeto de uma

quantidade de estudos analíticos, pondo em evidência a construção de representações sobre a sociedade, os acontecimentos, categorias sociais etc. Na medida em que articulam os textos mediáticos aos contextos aos quais se referem, esses estudos atuam como uma ponte, ligando a comunicação aos processos sociais empíricos.

No final do século XX, em meio às idéias da pós-modernidade, o conceito é posto em crise pela noção corrosiva de simulacro, que aponta para a dissolução das distinções entre o mundo empírico e sua representação, fundidos numa hiper-realidade mediática. O

mesmo gesto de substituição do objeto que viabiliza a representação abre a porta para o simulacro. Essa crítica aponta para a vulnerabilidade das representações na época atual, como decorrência do espraiamento das novas tecnologias e das comunicações mediáticas. O reconhecimento da procedência dessa perspectiva destaca a necessidade de refinar os marcos teóricos sobre a natureza e o papel das representações da cultura mediática, bem como a importância da crítica das narrativas produzidas, como forma de afirmar, ainda que de forma relativa, a possibilidade do conhecimento e da racionalidade.

Referências

- ABBAGNANO, Nicola. *Dicionário de filosofia*. São Paulo: Mestre Jou, 1982.
- BARNHURST, Kevin G. "Les fraudeux: science and the crisis of representation". *Journal of Communication*, vol. 46. New York, 1996, pp.159-69.
- BARTHES, Roland. *O óbvio e o obtuso: ensaios sobre fotografia, cinema, pintura, teatro e música*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1990.
- _____. *Mitologias*. São Paulo: Difel, 1980.
- BAUDRILLARD, Jean. *Simulacros e simulação*. Lisboa: Relógio d'Água, 1991.
- BERGER, Peter; LUCKMANN, Thomas. *A construção social da realidade*. Petrópolis: Vozes, 1983.
- DEBRET, Régis. *Curso de midiólogia geral*. Petrópolis: Vozes, 1993.
- DICTIONARY OF PHILOSOPHY OF MIND. Disponível em <http://philosophy.uwaterloo.ca/MindDict/>
- DURKHEIM, Emile. *As formas elementares da vida religiosa*. São Paulo: Paulinas, 1989.
- ENTMAN, Robert M. "Framing: toward clarification of a fractured paradigm". *Journal of Communication*, n. 43, vol. 4, 1993, pp. 51-58.
- _____. "Framing US coverage of international news: contrasts in narratives of the KAL and Iran Air incidents." *Journal of Communications*, n. 41, vol.4, 1991, pp. 6-27.
- FARINACCIO, Pascoal *A questão da representação e o romance brasileiro contemporâneo*. Campinas: Tese (Doutorado). Universidade Estadual de Campinas, Instituto de Estudos da Linguagem, 2004.
- FOUCAULT, Michel. *As palavras e as coisas*. São Paulo: Martins Fontes, 1995.
- FISKE, J. "Post-modernism and television". In: CURRAN, James.; GUREVITCH, Michael. (eds.) *Mass media and society*. London/Sidney/Aukland: Arnold, 1996.
- FRANÇA, V.R.V. Representações, mediações e práticas comunicativas. In: PEREIRA, Miguel.; GOMES, Renato Cordeiro; FIGUEIREDO, Vera Lúcia Follain de (orgs.) *Comunicação, representação e práticas sociais*. Rio de Janeiro: PUC-Rio; Aparecida: Idéias e Letras, 2004, pp.13-26.
- FREIRE FILHO, João "Força de expressão: construção, consumo e contestação das representações midiáticas das minorias". *Famecos*, n. 28, 2005, pp.18-29.
- GERARGHTY, C. "Representation and popular culture". In: CURRAN, James; GUREVITCH, Michael. (eds.) *Mass media and society*. London/Sidney/Aukland: Arnold, 1996.
- GREGOLIN, Maria do Rosário. *Foucault e Pêcheux na análise do discurso: diálogos e duelos*. São Carlos: Claraluz, 2006.
- HALL, Stuart (ed.). *Representation: cultural representations and signifying practices*. London/Thousand Oaks/New Delhi: Sage, 2003.
- MACHADO, A. "A comunicação e sua retórica". In: PEREIRA, Miguel; GOMES, Renato Cordeiro; FIGUEIREDO, Vera Lúcia Follain de (orgs.). *Comunicação, representação e práticas sociais*. Rio de Janeiro: PUC-Rio; Aparecida: Idéias e Letras, 2004, pp. 47-59.
- MARX, Karl; ENGELS, Friedrich. *A ideologia alemã*. São Paulo: Martins Fontes, 1988.
- MATTEDI, Marcos Antônio. *Introdução à abordagem sociológica do problema do conhecimento*. Chapecó: Argos, 2006.
- MORIN, Edgar. *Cultura de massas no século: o espírito do tempo*. Rio de Janeiro: Forense-Universitária, 1975.
- MOSCOVICI, Serge. *Representações sociais*. Petrópolis: Vozes, 2003.
- OSBECK, L.M.; NERCESSIAN, J. "The distribution of representation". *Journal of the Theory of Social Behaviour*, vol. 36, 2006, pp.141-160.
- PENINOU, Georges. *Semiótica de la publicidad*. Barcelona: Gustavo Gili, 1976.
- PRADO JÚNIOR, Caio. *Notas introdutórias à lógica dialética*. São Paulo: Brasiliense, 1961.
- SÁ, Celso Pereira. *Núcleo central das representações sociais*. Petrópolis: Vozes, 1996.
- SANTAELLA, Lúcia.; NÖTH, Winfried. *Imagem, semiótica, mídia*. São Paulo: Iluminuras, 1998.
- SOARES, M.C. Análise de enquadramento. In: DUARTE, Jorge.; BARRROS, Antonio. *Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação*. São Paulo: Atlas, 2006, pp. 450-464.
- SOARES, Murilo César. *Construindo o significado do voto: retórica da propaganda política pela televisão*. Tese doutoramento. São Paulo: USP, 1996.
- _____. *Mensagens educacionais através do meio impresso*. Dissertação de mestrado. São José dos Campos: INPE, 1978.
- STANFORD ENCYCLOPEDIA OF PHILOSOPHY. Disponível em: <http://plato.stanford.edu>
- VIRILIO, Paul. *The vision machine*. London: British Film Institute & Indiana University Press, 1994.