

Representação e significação nos fenômenos comunicacionais

Luís Carlos Lopes¹

lclopes@ax.apc.org

Resumo

Este trabalho consiste em uma investigação teórica sobre a importância das teorias da representação, significação e interpretação para o estudo dos fenômenos comunicacionais. O autor explica o que entende por comunicação e seus estudos. Discute algumas das bases epistemológicas dos estudos comunicacionais, em termos de universalidade, particularidade e naturalização. Baseia seu trabalho nas obras de Bourdieu, Debord, Canclini, Martín-Barbero, Sloterdijk, Habermas e, fundamentalmente, na de Putnam.

Palavras-chave: hermenêutica; representação; significação.

¹ Luís Carlos Lopes é professor adjunto IV do Departamento de Comunicação Social e membro do corpo permanente do Mestrado em Comunicação, Imagem e Informação do Instituto de Artes e Comunicação Social da Universidade Federal Fluminense.

Introdução

Neste trabalho, o principal objetivo é pontuar sobre algumas referências teóricas que são comuns aos estudos comunicacionais, tecendo-se considerações normativas sobre fundamentos e problemas epistemológicos deste campo. Usa-se este último termo, próximo ao sentido de Bourdieu, a partir da constatação de um universo de pesquisa e reflexão. Isto porque não se entende a comunicação como uma disciplina, no sentido positivista do termo e nem se imagina que seja possível a criação de estatuto teórico independente, ao modo do século XIX.

Defende-se a idéia de que estes estudos são especializações situáveis no contexto geral das ciências sociais, que seriam muito mais definidos pelos seus objetos e por seu campo específico de abordagem do que por teorias e metodologias próprias. Historicamente, os que estudaram o fenômeno da comunicação importaram idéias e usaram métodos de outros campos do saber. Não raro, chegaram aos estudos comunicacionais a partir de outras investigações sociológicas e filosóficas. Talvez por isso, o esforço de se buscarem teorias da comunicação como fenômeno isolado, não encontre um bom porto, por não se considerar suas mil e uma imbricações.

Prefere-se, na procura de saídas, a abordagem transdisciplinar, centrada na compreensão dos atos, fatos e processos que caracterizam a práxis deste campo e onde seus objetos são mais facilmente visíveis. Neste olhar, quebram-se os liames tradicionais caracterizados por enquadrarem os problemas nos limites das disciplinas. A solução desses é o mais importante, e para isto navega-se em mares por vezes turbulentos ou desconhecidos, com inúmeras dificuldades, mas com mais chance de novas descobertas.

Comunicação e estudos comunicacionais

É necessário esclarecer que se entende a comunicação, no contexto das sociedades urbanas contemporâneas, como um fenômeno e este, como um processo, que se desenvolve em várias dimensões individuais e coletivas. Este último seria pontuado por atos e fatos que, se vistos a partir dos indivíduos, interpenetrariam-se em três níveis: psíquico, social e midiático. Entende-se o primeiro como o essencial das operações cognitivas humanas, o segundo, como a construção e a integração do *self* à ordem social

simbólica e o terceiro, como a interação do conjunto do processo comunicacional em um sistema de representação e de significação baseado ou relacionado às mídias.

Se o nosso mirante é o conjunto social, acredita-se no compartilhamento sistêmico e integrado da comunicação e da informação – compreendida como significação em rede - distribuída em *locus* definidos. Estes não se confundem, obrigatoriamente, com a geografia física ou política dos países, regiões etc. Uma mesma formação social pode abrigar, como nos parece que é o caso brasileiro, diversidades e similaridades. Existem sistemas de significação que transcendem sua própria geografia e outros que têm uma história de especificidade. Neste caso, isto se remete ao pequeno grupo de brasileiros que transitam em universos simbólicos de maior amplitude, ‘antenados’ ou ‘conectados’ em outras experiências sócio-culturais.

Haveria, no sentido destacado acima, um território do simbólico onde existe o processamento comunicacional e informacional. Este espaço teria um lado material (contexto social e meios de processamento) e outro ideal (processos e resultados simbólicos). Funcionaria como uma espécie de atmosfera essencial à vida, mesmo que existam diferenças de uso, efeitos e adaptação entre as classes e grupos sócio-culturais envolvidos.

Se partirmos das mídias, sobretudo, da mais influente delas – a televisão –, a tendência é a de podermos observar neste veículo, de modo distorcido e mais ou menos controlado, partes dessa atmosfera, em termos de tradições e sentidos comuns compartilhados socialmente. Estes fragmentos, por mais que se dirijam a públicos específicos, terminam por atingir ou respingar em todos, o que reafirma o seu caráter sistêmico.

É bom advertir que não se compreende a idéia de sistema de modo hierárquico e fixo, de acordo com a tradição positivista. Os sistemas em que se acredita são conjuntos móveis e mutantes de relações estabelecidas entre entes sociais ou culturais, funcionando ao sabor dos ventos da política do momento e das tendências do processo histórico.

O resultado mais notável destes sistemas consistiria na formação de redes intersubjetivas sócio-culturais, onde os grupos sociais acumulariam suas crenças e

desejos, definindo seus comportamentos com base em parâmetros não patrimoniais. A validação do processo comunicacional seria uma das funções precípua destas redes.

Para observar e compreender

A construção de uma *episteme* dos estudos comunicacionais pode, dentre caminhos previsíveis, ser baseada no estabelecimento de determinado olhar sobre os objetos deste campo de pesquisa e reflexão. A própria distinção de seus objetos consiste em uma dificuldade, porque a comunicação medeia a maior parte das atividades humanas.

Para não se cair em uma aporia insuperável, onde tudo é comunicação, é preciso que eles sejam estabelecidos de modo consistente. Isto implica vê-los além da relação entre a sociedade e os meios de comunicação, tal como a tradição hegemônica dos estudos comunicacionais vem postulando há décadas. Por isso, propõe-se a tríade tipológica de objetos para observar e compreender, que seriam os intrapsíquicos, sociais e midiáticos. Como já se disse acima, crê-se que não é possível entendê-los em separado. Eles fazem parte de um sistema e levam a constituição de redes intersubjetivas compartilhadas no interior dos grupos sócio-culturais e assim devem ser estudados.

Este sistema, na concepção que aqui se defende, não atinge e retro-alimenta indivíduos isolados. Tem por natureza a vida social. Transformaram-se em mitos e em referências históricas passadas, o individual puro e, conseqüentemente, o individualismo tradicional, o social da razão iluminista, como também o espetáculo, tal como a sucessão de simulacros das mais diversas naturezas, tradicionalmente vistos como produção vertical das mídias para a sociedade. Estes elementos vêm se integrando e se mundializando, sem perder completamente suas características locais.

Pode parecer estranho considerar passadista o individualismo em um mundo competitivo que tanto o cultiva. Sabe-se da existência e cada vez maior importância de um novo individualismo, o da razão cínica de Sloterdijk, àquele que precisa se apreendido de acordo com os padrões sócio-midiáticos de nosso tempo. Este é de natureza mais paradoxal, porque já não se busca a distinção, ao contrário, quer-se a integração.

É prudente que não se esqueça das mudanças contemporâneas na ordem simbólica, que Debord chamou de espetacularização da nova vida social, vivenciada em ordem indireta. Entretanto, também é um simulacro, próximo do sentido original do termo de Baudrillard, crer que o sentido é único, vertical e de cima para baixo. Acredita-se que, sem desprezar os sujeitos da mídia e seus interesses materiais e simbólicos, que também há o sentido contrário, de baixo para cima, como, por vezes de modo exacerbado, os teóricos da recepção tanto indicam.

A idéia, de origem iluminista, de uma razão explicadora do mundo tem cedido lugar para a da compreensão – hermenêutica –, onde o explicador também é ‘explicado’, ou melhor, compreendido como parte do processo e de seu contexto. Assim como existem várias ‘explicações’, a hermenêutica possui faces diversas, algumas críticas como a de Habermas e outras conservadoras como a de Gadamer. O postulado da possibilidade do ato comunicacional como ato racional – o agir comunicativo – de Habermas encontra dificuldades quando submetido ao teste duro da realidade do Terceiro Mundo, onde o parâmetro básico e recorrente é o do agir estratégico.

Talvez, aqui, a teoria de Habermas deva ser virada de cabeça para baixo, tal como uma hermenêutica negativa capaz de dar conta de um sistema comunicacional que jamais se dobrou à razão tal como a concebia Kant e a tradição intelectual européia. Compreender o processo comunicacional implica considerar o contexto e a aplicabilidade da teoria, fazendo-se os ajustes e reduções necessárias.

Canclini já chamou a atenção para a importância da cultura local no contexto contemporâneo. Rebelou-se contra a idéia de um mundo único, ‘globalizado’ e sem referências específicas. Dir-se-ia que a cultura local se impõe, abre o seu espaço, até mesmo por efeito de sua negação ou hibridização. Pensa-se que ela não é residual e, sim, parte componente desta nova ordem simbólica local, nacional e internacional.

Trata-se do tempo das **sociedades midiáticas**, sendo este mais um dos inúmeros epítetos que tentam apreender esta realidade recente, de não muito mais do que três décadas. Neste contexto, a análise precisa se flexibilizar e fazer a aproximação do fenômeno de modo cauteloso, tentar compreender o seu lado bárbaro, tão estigmatizado pela Escola de Frankfurt, o que destrói hoje velhas construções inadequadas às necessidades atuais. Ao contrário de um pessimismo radical, é útil perceber que

emergem desta demolição novas possibilidades. Pelo menos neste sentido, procede a crítica radical de Martín-Barbero à teoria da indústria cultural de Adorno.

No mundo em que se vive, a mídia eletrônica conseguiu operar esta fusão, pelo menos nas sociedades atingidas pela televisão e pela cada vez maior cultura da imagem e do som. Ao que parece, a cibercultura, se conseguir superar os seus atuais limites sócio-econômicos, completará o ciclo da transformação das sociedades urbanas contemporâneas em sociedades eletrônico-midiáticas. A nova sociabilidade, que já é possível ver em expansão, é produzida a partir da mediação das máquinas de informar e de comunicar que nos envolvem em cada vez maiores aspectos de nossas vidas.

Um – apenas um – dos efeitos sentidos desta nova ordem simbólica é o da submersão do texto e suas leituras nas acepções originais. É bem verdade que ele vem retornando à tona de modo cifrado e compreensível pelas diversas tribos. Vários idioletos e leituras, inclusive os dos intelectuais, substituíram a antiga diferença entre letrados e iletrados. Os letrados estão fragmentados e pulverizados. Os iletrados, o são em várias gradações, inclusive a da simulação do domínio dos idiomas nacionais e estrangeiros.

Teorias para entender os objetos comunicacionais

A proposição de teorias da comunicação, que focaram principalmente a relação estabelecida entre as mídias e a audiência, tendeu ao longo do século passado a esbarrar no problema da universalidade e da particularidade dos fenômenos. Sucessivas teorias tentaram dar conta do processo comunicacional dos mais diversos ângulos e perspectivas teóricas e práticas.

Mauro Wolf, em seu conhecido manual, recenseou diversas, tais como: a hipodérmica (*bullet theory*); as tentativas de abordagem empírico-experimentais; as dos efeitos limitados constatados na abordagem empírica de campo; o funcionalismo das comunicações de massa, herdeiro da tradição sociológica norte-americana; a indústria cultural da Escola de Frankfurt; o agir comunicativo de Habermas; a culturologia de Edgard Morin; os *cultural studies* da antropologia norte-americana; os modelos de largo uso internacional baseados na teoria matemática da informação de Shannon e de sua importação e adequação feita por lingüistas como Jakobson e semiólogos como

Umberto Eco; a agenda *setting*; o *newsmaking*. O mesmo autor não incluiu as teorias da recepção, por razões desconhecidas, no seu inventário. Centrou sua análise na emissão, seguindo a tradição internacional.

A questão da universalidade e da particularidade do processo comunicacional e dos seus estudos é ou deveria ser a mesma das demais preocupações epistemológicas do conjunto das ciências sociais. Usando-se a metáfora do transporte ferroviário, talvez fique mais fácil pensá-la. Criado e desenvolvido na Inglaterra e nos Estados Unidos, o trem foi levado, desde o século XIX, para quase todo o planeta. A fórmula básica dos trilhos, locomotiva e vagões – modificada e desenvolvida pouco a pouco – ficou conhecida por inúmeras gerações das mais diversas línguas e culturas. Assim como a roda, o trem é universal. Entretanto, se isto for pesquisado, em tempos e espaços diversos, encontrar-se-ão inúmeras particularidades, compondo a universalidade deste tipo de transporte de carga e pessoas.

A universalidade absoluta é um mito, similar ao da neutralidade científica e de muitos outros que pretenderam ou pretendem totalizar e simplificar a experiência humana, aprisionando-a em uma redoma. Uma teoria que pretenda deslindar o comportamento social terá, como na nossa metáfora do trem, aspectos universais e características particulares, compreensíveis no estudo de suas conseqüências práticas.

A relação estabelecida entre a sociedade e as mídias, especialmente com a televisão, não é exatamente a mesma nos Estados Unidos e na Colômbia, como assevera Martín-Barbero e se pode confirmar estudando-se o caso brasileiro. Mas se as teorias da emissão, hegemônicas na América do Norte, não servem para explicar os problemas latino-americanos, tampouco serão conclusivas para a compreensão dos problemas comunicacionais existentes acima do Rio Grande. Raciocinando-se de modo inverso, pode-se dizer o mesmo da(s) teoria(s) da recepção.

Não é simples escapar do dilema entre o universal e o particular, que muitas vezes esconde o não-conhecimento das variações dos *locus* onde o processo comunicacional se desenrola. Os limites de qualquer teoria são diretamente proporcionais a sua aplicabilidade. O alcance de uma teoria é ligado a sua possibilidade de construir o entendimento teórico de problemas da práxis. Procedendo de modo diverso, oscilaremos entre o teoricismo e o empiricismo. A formulação de uma teoria implica, por decorrência lógica, no seu teste prático. Em se responder, por exemplo, se o fato de assistir na televisão cenas de violência explícita gera ou aguça práticas violentas. A mensagem midiática é distribuída de modo universal. As respostas também o são?

O modelo mais fácil, por razões históricas, de ser construído ou reconstruído – herdado dos textos seminais do campo da comunicação – é o de compreender o processo comunicacional como uma relação entre indivíduos e os meios de comunicação e vice-versa. Um pouco mais complexo é tentar entender as mídias como interações que juntam a estas o psiquismo individual e coletivo, além dos efeitos globais da vida social.

Neste segundo modelo, escapa-se ao processo de naturalização do processo comunicacional que, junto com o mito da universalidade absoluta, fundamentam a maior parte das teorias que respaldam os estudos comunicacionais. Naturalizar significa descrever atos, fatos e processos, acreditando que eles têm sua existência como destino obrigatório e infável. Estes, dentro deste ponto de vista, não seriam construções que poderiam ser alteradas por portarem no seu interior tensões que podem ou não levar a rupturas. Nas últimas duas décadas, a naturalização, uma espécie de fatalismo sociológico, vem ocupando o lugar das utopias que se provaram incapazes de transformar o mundo. De certa maneira, este modo de pensar tem vinculações com o que se propõe a combater e, muitas vezes, reivindica a mesma origem.

A teoria da representação e o processo comunicacional

Partindo-se da idéia da artificialidade do processo comunicacional, passamos a entendê-lo como uma representação, isto é, uma construção ideológica e mental compartilhada socialmente. Pensa-se que a teoria da representação tem aportado contribuições significativas para o entendimento de como se processam as trocas simbólicas.

Dos teóricos da representação, destaca-se a produção intelectual de Hilary Putnam. Ele vem discutindo o problema, voltado para as questões das novas tecnologias e sociabilidades, enfatizando seus impactos no pensamento contemporâneo. Sem escrever especificamente sobre comunicação, este autor tem apontado teorias que incidem sobre o nosso campo de pesquisa e reflexão.

Apesar da densidade da obra de Putnam, um dos seus limites consiste em centrar sua análise no comportamento individual, fazendo isto sob forte influência das chamadas ciências cognitivas. Entrando, em aparente paradoxo, o autor destaca a interação social do processo de representação/comunicação, mas, parte, seguindo o gosto norte-americano, da relação dos indivíduos com esta.

Pensando-se, a partir de uma interpretação não-literal de Putnam, pode-se dizer que a construção de representações é um resultado da atividade mental em interação com o ambiente externo. Esta vinculação entre o que ocorre fora e o intrapsíquico seria a essência do processo comunicacional. Os filtros internos seriam: a caixa dos desejos, onde estariam estocados as nossas pulsões e vontades; a caixa das crenças, onde seriam guardadas as representações básicas do mundo, apreendidas pouco a pouco, e que serviriam para triar, assimilar ou negar, em diferentes graus, novas crenças; o fundamento moral, também uma crença, que transcenderia e emularia as duas caixas.

Se simplificarmos em demasia a vida social simbólica, diríamos que ela seria a soma das representações de seus membros. Putnam não chega a isto, contudo, não avança no estudo das representações como produtos coletivos e compartilhados. Feita esta advertência, as contribuições do autor são importantes para o estabelecimento de 'âncoras' que sirvam de base a métodos de investigação em nosso campo de trabalho.

Na mesma linha, é possível enfileirar as teorias da representação, da interpretação e da significação. Isto implica compreender o ato e o processo comunicacionais como representações que podem ser interpretadas e ter os seus significados apreendidos.

Putnam critica o pressuposto da existência de uma natureza última dos fenômenos, assim como a idéia da verdade atrás dos fatos. Pensa que no discurso é possível identificar suas origens, em termos de formulação e contextualização. Defende a intencionalidade dos atos humanos, entendida como 'decisão' tomada cognitivamente, de acordo com as crenças e desejos estabelecidos. Coloca-se, portanto, contra ao behaviorismo, a noção de estímulo/resposta, que foi uma das bases de parte das teorias da comunicação que conhecemos.

O mesmo autor defende a significação holística, afastando-se do positivismo e, *avant la lettre*, do estruturalismo. Para ele, os fenômenos significam na sua integralidade e mantêm sua identidade ao longo do tempo, mesmo que alterem suas essências. Chama a atenção para as mudanças ocorridas nas crenças dominantes em determinada época. Isto é, para ele, mais plausível do que a idéia de mudanças nas significações. Hierarquiza, portanto, a crença sobre a significação. Discute a linguagem como depositária das representações/significações, discordando da existência de uma língua mental específica, dissociada das crenças, dos desejos e da experiência humana.

Trabalha em termos de protótipos de percepção que nos permitem, por exemplo, reconhecer que um animal é um felino, mesmo que seja de uma raça que não nos seja familiar.

Obviamente, a obra de Putnam é muito mais ampla do que se explora nos limites deste trabalho. O que está escrito aqui é apenas uma aproximação das idéias do autor, com o fim de iluminar a discussão do que são ou podem ser os estudos comunicacionais.

Conclusões

Não é difícil perceber que as teorias citadas, sobretudo a da representação tal como vem sendo discutida por Putnam, têm aplicações nas possibilidades de se compreender o processo comunicacional. Não consistem em métodos de pesquisa e nem em soluções finais de nossos dilemas teóricos. O problema é o de, a partir destas ‘âncoras’, produzir um roteiro de pesquisas renovadas.

Em termos práticos, acredita-se que os estudos comunicacionais, seguindo as teorias da representação, significação e interpretação devam:

- privilegiar abordagens sistêmicas que considerem tanto a emissão, como a recepção;
- vincular os estudos do processo comunicacional ao da evolução e características do entorno social;
- valorizar e compreender os desejos e as crenças do público e a sua construção ou reconstrução pelas mídias;
- identificar a existência das redes intersubjetivas e desenvolver métodos de análise de seus funcionamentos;
- rejeitar os modelos naturalizadores, universalizadores ou particularizadores do processo comunicacional.

Tratar a comunicação como um sistema que envolve entes sociais não consiste exatamente em novidade para quem milita neste campo. Talvez, seja um pouco mais novo compreendê-lo como um sistema que também deve considerar as redes intersubjetivas decorrentes. Defende-se aqui o entendimento do processo comunicacional como um sistema material e simbólico integrado que inclui pessoas, idéias e máquinas em um território definido. Acredita-se que este tipo de abordagem, sem as rupturas metafísicas habituais, proteja o estudioso de uma visão parcial e nebulosa do objeto escolhido.

O estudo do processo comunicacional não pode esquecer os aportes da sociologia e da história. Também é mister que se considerem os objetos comunicacionais como centrais neste tipo de esforço de pesquisa. Ao contrário, produz-se uma descrição do entorno social e se esquece ou se relativiza a avaliação dos objetos específicos.

O que é veiculado pelas mídias não é estranho às crenças e desejos da sua audiência. Se assim não for, não há possibilidade de sucesso e de continuação. É real que as mídias possam também, com certos limites, reconstruir ou influenciar as crenças e os desejos do seu público. Portanto, o entendimento derivado da pesquisa sobre o assunto não pode privilegiar um único pólo. Trata-se de um sistema integrado de mão-dupla, onde cada parte desenvolve seu papel, interagindo de modo dialético.

A naturalização termina por ser um exercício descritivo do real, que não busca fundamentos e nem tensões profundas. Apenas o aceita, sem maiores questionamentos. A adoção de um modelo universalizador clássico, como por exemplo o de McLuhan, desconsidera os contextos e a interação destes com as mídias e o agir comunicacional. A particularização excessiva fragmenta as possibilidades de conhecimento da relação da parte com o todo, impedindo uma visão holística dos problemas comunicacionais. Os estudos comparativos são úteis, quando possíveis, para contornar este dilema.

Por fim, pode-se concluir, apontando que há ainda muito a se discutir para o estabelecimento das bases epistemológicas de nosso campo de pesquisa e reflexão.

Referências bibliográficas

BOURDIEU, Pierre. **A economia das trocas simbólicas**. 2 ed. São Paulo : Perspectiva, 1987. 361 pp.

CANCLINI, Néstor Garcia. **Culturas híbridas**: estratégias para entrar e sair da modernidade. Trad. Eloísa Pezza Cintrão e Ana Regina Lessa. 2 ed. São Paulo : EDUSP, 1998. 385 pp.

CANCLINI, Néstor Garcia. **Consumidores e cidadãos**: conflitos culturais da globalização. Trad. Maurício Santana Dias. 2 ed. Rio de Janeiro : Editora da UFRJ, 1999. 292 pp.

CANCLINI, Néstor Garcia. **Cultura y comunicación**: entre lo global y lo local. La Plata (Argentina) : Universidad Nacional de La Plata, 1997. 133 pp.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro : Contraponto, 1997. 238 pp.

HABERMAS, Jürgen. **Consciência moral e agir comunicativo**. Trad. De Guido de Almeida. Rio de Janeiro : Tempo Brasileiro, 1989. 236 pp. A edição original em alemão é de 1983.

HABERMAS, Jürgen. **De l'éthique de la discussion**. Paris : CERF, 1992. A edição original em alemão é de 1991. 202 pp.

MARTIN-BARBERO, Jésus. **Dos meios às mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro : UFRJ, 1997. 354 pp.

MARTIN-BARBERO, Jésus, BARCELOS, Claudia. Comunicação e mediações culturais. Entrevista. **In: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**. São Paulo, V. XXIII, n. 1, janeiro/junho de 2000. p. 151-163.

MATTELART, Armand e Michèle. **Histoire des théories de la communication**. Paris : La Découverte, 1995. 125 pp.

PUTNAM, Hilary. **Représentation et réalité**. Paris : Gallimard, 1988. 226 pp.

RUDIGER, Francisco. **Comunicação e teoria crítica da sociedade**: Adorno e a escola de Frankfurt. Porto Alegre : EdiPucRS, 1999. 261 pp.

SLOTERDIJK, Peter. **Critique de la raison cynique**. Paris : Christian Bourgois, 1987. 670 pp.

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação**. Lisboa : Presença, 1995. 247 pp.