

Representação, realidade e comunicação mediatizada

Marco Schneider *

Resumo:

Este artigo explora a possibilidade metodológica de articular a perspectiva da economia política da comunicação – cujo foco concentra-se nas estruturas de poder das corporações midiáticas e em seus desdobramentos políticos – com algumas contribuições teóricas dos estudos culturais. Essa articulação é mediada por um conjunto heterodoxo de reflexões sobre objetividade, subjetividade e processos semióticos.

Palavras-chave: Objetividade; Subjetividade; Representação.

Abstract:

This paper explores the methodological possibility of articulating the political economy of communications` approach – which focuses the structures of power of media corporations and its political consequences – with some theoretical contributions from cultural studies. This articulation is mediated by a heterodox set of reflections about objectivity, subjectivity and semiotic processes.

Key words: Objectivity; Subjectivity; Representation.

1. Introdução

[...] as várias ideologias e formas de consciência a elas correspondentes *não possuem história* própria, não têm uma dinâmica independente de *desenvolvimento*, devendo ser entendidas como ligadas do modo mais íntimo com os processos de desenvolvimento da vida material dos indivíduos reais. (MÉSZÁROS, 2004, p. 110)

Embora um conhecimento qualquer do real (discursivo e extra-discursivo) seja necessariamente mediado pela dimensão simbólica e pelas práticas discursivas, o real não se esgota no discurso, mesmo o real discursivo.

* Doutor em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes (ECA) da Universidade de São Paulo (USP). Pós-doutorando em Estudos Culturais no Programa Avançado de Cultura Contemporânea (PACC) da UFRJ. Professor adjunto da UFF e professor da ESPM (RJ). E-mail: marco_schneider@ig.com.br.

Partindo dessa premissa, que será fundamentada adiante, o objetivo deste artigo é propor uma perspectiva *totalizante* de análise dos processos comunicacionais midiáticos. Essa perspectiva deverá fundamentar uma reflexão de caráter geral sobre a relação, nem sempre óbvia, entre as representações midiáticas da realidade e seus momentos sócio-históricos de emergência, com um olhar especial voltado para o papel político-econômico dos enunciadores (as empresas midiáticas) nos momentos em questão, sem perder de vista o momento da recepção e a dialética (no sentido de mútua determinação) desses momentos. Com isso, talvez seja possível estabelecer algumas diretrizes metodológicas que podem se mostrar úteis para o desenvolvimento de mapeamentos empíricos das tendências ideológicas hegemônicas e contra-hegemônicas de processos comunicacionais determinados, envolvendo a identificação dos agentes sociais em disputa, bem como a correlação de forças envolvida.

Em uma formulação mais sintética, trata-se de esboçar uma perspectiva metodológica que possa vir a ser aplicada na identificação da relação entre representações midiáticas, interesses políticos e econômicos que as corporações de mídia representam, em um momento dado, e a realidade social extra-discursiva. Isso engloba tanto os aspectos e momentos desta última aos quais se referem os discursos midiáticos, mediadores de parte substancial das representações coletivas, quanto aqueles sobre os quais os mesmos discursos midiáticos silenciam.

2. A especificidade da abordagem comunicacional

A perspectiva metodológica mencionada acima começou a ser esboçada a partir do estudo de um artigo de Maia e França (2003), intitulado *A Comunidade e a conformação de uma abordagem comunicacional dos fenômenos*.

Nesse texto, as autoras defendem que a especificidade epistemológica do que elas denominam “viés comunicacional” reside no fato de que, para dar conta de seu objeto, a comunicação não pode prescindir de alguma articulação entre as demais ciências sociais e as ciências da linguagem, as quais, tomadas isoladamente, não seriam suficientes. Trata-se, para nós, de saber como o texto se relaciona com o “fora do texto”.

Existe um ‘fora do texto’ que, em nossos estudos, requer um olhar talvez mais específico e, de fato, para além do texto. O sujeito da comunicação é o

sujeito da linguagem – mas é mais; é um sujeito social, um sujeito em relação. E tal relação é mediada pelo texto, mas não se resume a ele. (MAIA; FRANÇA, 2003, p.199)

Nessa linha de raciocínio, para ilustrar de que modo um estudo de comunicação pode fazer um bom uso comum das ciências sociais e das ciências da linguagem, as autoras descrevem uma pesquisa da qual participaram, sobre eleições no Brasil, destacando as diferenças no tratamento dado ao mesmo tema por cientistas políticos, sociólogos e pesquisadores que adotam um “viés comunicacional”.

A abordagem dos cientistas políticos era voltada para questões como “o atual quadro partidário no Brasil, a expressão ideológica das forças em disputa etc.”; os sociólogos, por sua vez, discutiam, entre outras coisas, “o quadro de desemprego, violência, descrença na política tradicional, o novo perfil dos movimentos sociais”...

Na seqüência deste esclarecimento, Maia e França questionam:

E o viés comunicacional, como e por onde se constrói? Na apreensão de como [...] essas forças e valores se fazem discurso; na identificação dos interlocutores e lugares de fala; nos movimentos que as diferentes intervenções vieram provocando no posicionamento dos atores, na caracterização do papel das diferentes mídias (do uso da Internet às novas cores do PT.) (MAIA; FRANÇA, 2003, p. 200)

Dito de outro modo, o viés comunicacional consiste em apreender como o real extra-discursivo se faz discurso (midiático) e como esse discurso age sobre o real extra-discursivo.

3. Dogmatismo, conceito ritualizado e generalidade abstrata

Temos então que o olhar comunicacional consiste na articulação de um olhar sócio-político com um outro, por assim dizer semiótico. Essa articulação pode ser útil para se pensar o caráter ideológico, manifesto ou latente, das formas específicas como a objetividade sócio-histórica é representada pela mídia informativa, bem como os efeitos sociais das representações midiáticas em geral. Essas representações, quando assumidamente informativas, remetem supostamente a “verdades factuais”, a referentes discursivos e extra-discursivos representados como reais, que orientam de algum modo a ação de muita gente, ao impregnarem o senso comum, em certa medida compondo e regendo as

subjetividades, a ponto de se converterem com frequência em uma espécie de dogmatismo tácito, inconsciente.

Vejamos o que nos ensina Hegel sobre o "dogmatismo": "não é outra coisa senão a opinião de que o verdadeiro consiste numa proposição que é um resultado fixo, ou ainda, que é imediatamente conhecida." (Hegel, 1997, p. 42)

Marcuse diz algo similar, ao argumentar que o "conceito ritualizado é tornado imune à contradição" por "poderes que moldam o respectivo universo da locução": "Assim, o fato de a forma existente de liberdade ser servidão e de a forma existente de igualdade ser desigualdade [...] é impedido de ser expresso pela definição fechada desses conceitos [...]." (Marcuse, 1973, p. 96)

Numa linha de raciocínio parecida, Ilyenkov parte da distinção hegeliana entre *universal-concreto* e *generalidade-abstrata*, e tece uma análise crítica contundente do que ele denomina "pensar abstratamente", uma forma de pensamento que se expressa somente por meio de frases feitas e clichês:

Hegel distinguia claramente a universalidade, que dialeticamente continha em si e em suas determinações toda a riqueza do particular e do singular, da simples generalidade abstrata [...]. A tarefa do pensamento não estava limitada a registrar empiricamente atributos comuns. O conceito central da lógica de Hegel era então o *universal-concreto* [...] Pensar abstratamente significava ser escravizado pela força de frases feitas e clichês correntes, por definições unilaterais e vazias; significava enxergar nas coisas reais, intuídas, somente uma parte insignificante de seu conteúdo real, somente aquelas determinações suas que já estavam "amalgamadas" [jelled] na consciência e funcionavam aí como estereótipos pré-fabricados. Daí a "força mágica" das frases feitas e expressões correntes, que impedem o acesso da pessoa pensante à realidade, ao invés de servirem como uma forma de expressá-la.¹

Relacionemos agora essas reflexões com a velha questão filosófica da realidade e da representação, em bases históricas concretas, dedicando uma atenção especial à mediação das mídias informativas na produção das subjetividades e das representações coletivas que orientam boa parte da ação das pessoas.

Vimos, com Hegel, o caráter fixo e fechado do *dogmatismo*. Já Marcuse demonstrou a função politicamente conservadora do *conceito ritualizado*. Ilyenkov, por fim, ensinou de que modo as frases feitas "impedem o acesso da pessoa pensante à realidade".

Estamos aqui no próprio coração da dimensão política da subjetividade, e da intersubjetividade, tendo em vista o forte papel da linguagem e das comunicações na subjetivação coletiva de certas representações da realidade, isto é, na sua incorporação ao “mapa cognitivo” (Jameson) das massas.² Nesse processo reside boa parte da potência conservadora ou transformadora das indústrias culturais.

Avançando um pouco mais nessa linha de investigação, Bourdieu nos fornece uma boa explicação para o caráter claramente classista das formas de subjetivação possíveis, na medida em que “a relação entre realidade e representação é estabelecida através das disposições que são a forma internalizada das probabilidades associadas a uma dada posição na divisão do trabalho.” (Bourdieu, 2000, p. 409)³

Ou seja, a posição que o sujeito ocupa em meio às relações de produção (ou à divisão de trabalho), mediante disposições internalizadas, cujas formas possíveis são delimitadas por essa mesma posição, estabelece a relação entre realidade e representação que ele poderá desenvolver. Temos assim descrito o processo através do qual a posição de classe objetiva, mediada por disposições subjetivas, cujo campo de possibilidades é por esta posição de classe delimitado, estabelece a relação entre realidade e representação.

Se isso é verdade, ainda que a recepção da mídia informativa seja também um espaço de produção de sentido, são as disposições internalizadas da audiência para relacionar realidade e representação que orientam essa produção de sentido no consumo, e parte considerável dessas disposições têm por força geradora as próprias representações midiáticas consumidas ao longo da vida e cada vez mais cedo. No outro pólo, os imperativos políticos e econômicos das empresas de mídia delimitam forma e conteúdo das representações midiáticas informativas do real. É somente sobre essas formas e conteúdos que a recepção pode produzir sentido. Assim, no que pesem variáveis étnicas, etárias, de gênero etc. na produção de representações diferenciadas no pólo da recepção, o elemento invariável são as representações midiáticas comuns. Ou seja, as diferenças na recepção têm por referência a produção massiva, em grande parte responsável pela formação do repertório e das próprias disposições representacionais do consumidor.

Retomaremos esse ponto adiante. Por ora, na medida em que a representação que se faz da realidade (seja ela qual for) orienta a ação sobre essa mesma realidade, recriando-a inclusive em sua objetividade extra-discursiva, somos remetidos a uma outra relação igualmente importante, a saber, entre objetividade, subjetividade e práxis. A investigação

dessa relação se mostra nesse momento necessária para uma compreensão mais acurada da primeira. Iremos, portanto, abandonar por um instante o tema da representação e investigar um pouco mais esta última.

4. Objetividade, subjetividade e práxis

Lukács demonstra que o papel potencialmente revolucionário do “fator subjetivo” na história só é determinado pelo desenvolvimento econômico (objetivo) na medida em que este cria as condições para a sua atualização:

[...] o desenvolvimento econômico pode certamente criar situações objetivamente revolucionárias, mas não produz de fato ao mesmo tempo o fator subjetivo que nos fatos e na prática é determinante. [...] O fator subjetivo na história, portanto, é certamente em última análise, mas apenas em última análise, o produto do desenvolvimento econômico, enquanto as alternativas frente às quais é posto são provocadas por este processo, e todavia agem de modo relativamente livre, já que o seu sim ou não está ligado a ele somente pela possibilidade. Daí a grande importância da atividade histórica do fator subjetivo (e com ele a ideologia). (LUKÁCS, apud LESSA, 2002, p. 113).

Em outras palavras, o desenvolvimento econômico determina as condições de emergência de alternativas objetivas de ação, mas a escolha de uma das alternativas possíveis, isto é, a opção por uma delas, é sempre o resultado direto de uma decisão subjetiva.

Entretanto, se aceitarmos a tese de Bourdieu sobre o caráter classista das disposições subjetivas, perceberemos que Lukács deixa de considerar um fato importante: o desenvolvimento econômico determina não só as condições de emergência de alternativas objetivas de ação, mas as próprias disposições subjetivas para a ação, embora não o ato subjetivo da escolha de uma das alternativas objetivamente disponíveis de ação. Ou seja, a própria subjetividade é objetivamente determinada pelo desenvolvimento econômico – o que este não pode determinar, senão muito indiretamente, somente em última instância, na medida em que “somente” estabelece o campo de possibilidades objetivas de ação e de disposições subjetivas para a ação, é a opção por esta ou aquela alternativa objetiva de ação, o *ato*, em sua singularidade. Este, sim, é fruto direto de uma decisão subjetiva.

Zizek, em um ensaio sobre Lukács e a “Escola de Frankfurt”, nos fornece mais alguns elementos para desenvolvermos essa questão: “O ponto realmente importante não é a

objetividade,⁴ mas a 'totalidade', entendida como processo global de 'mediação' entre o aspecto subjetivo e o objetivo. [...] o Ato nunca pode ser reduzido ao reflexo de condições objetivas."⁵

Ora, pode-se ir mais longe: o momento decisivo, "o Ato", é e só pode ser subjetivo, pois a objetividade enquanto exterior (tanto como ser-outro-em-si – exterior, independente da subjetividade – ou ser-outro-para-si da subjetividade – exterior mas contemplada ou compreendida pela subjetividade) é mais ou menos burra e cega, embora relativamente previsível (enquanto para-nós – sujeitos do discurso filosófico, ou, no caso, científico), dados alguns padrões observáveis – na natureza e na sociedade/história, que não são "entidades" independentes, mas conceitos dialetizáveis. Porém, a própria emergência, do ventre da subjetividade, de uma ação decisiva, e de sua maior ou menor possibilidade de sucesso, embora a ação nunca possa ser reduzida "ao reflexo de condições objetivas", *dependem* de condições objetivas, pois não é concebível qualquer subjetividade fora do concreto, do mundo, exterior (em si) ou interiorizado (para nós) – isto é, não representado ou representado, embora seja plenamente concebível uma objetividade (burra e cega, não teleológica mas com alto grau de sistematicidade e previsibilidade, ativa e aleatoriamente impregnante) independente de qualquer subjetividade, discurso, universo simbólico.

Que tais possibilidades ou impossibilidades de concepção se dêem no nível do simbólico, da linguagem, não altera em nada as conclusões lógicas a que se chegou, permanecendo meras tautologias: só se concebe concebendo. É claro que o fato de só se conceber concebendo não pode ser deixado de lado, pois, como ensina Bourdieu:

É este o erro do objetivismo, que se esquece de incluir na definição completa do objeto a representação do objeto que ele teve que destruir de modo a atingir a definição "objetiva"; que se esquece de efetuar a redução final de sua redução, indispensável para agarrar a verdade objetiva dos fatos sociais, objetos cujo ser *também* consiste em serem percebidos. (Bourdieu, 2000, p. 256)⁶

O argumento de Bourdieu está correto, mas uma crítica parecida, embora aparentemente invertida, pode ser dirigida ao relativismo e ao subjetivismo: a realidade objetiva dos fatos sociais *também* consiste naquilo que são aquém ou além da representação. Nos termos de Kosik:

A teoria materialista distingue um *duplo* contexto de fatos: o contexto da realidade, no qual os fatos existem originária e primordialmente, e o contexto da teoria, em que os fatos são, em um segundo tempo, mediamente

ordenados, depois de terem sido precedentemente arrancados do contexto originário do real. Como é possível, porém, falar do contexto real, em que os fatos existem de maneira primordial e originária, se *tal* contexto só pode ser conhecido pela mediação de fatos que foram *arrancados* do contexto real? O homem não pode conhecer o contexto do real a não ser arrancando os fatos do contexto, isolando-os e tornando-os relativamente independentes. Eis aqui o fundamento de todo conhecimento: a cisão do todo. Todo conhecimento é uma cisão dialética [...] entre os fatos e o contexto (totalidade), cujo centro ativamente mediador é o método da investigação. (Kosik, 2002, p. 57)

Em outras palavras, se a representação dos fatos é condição para seu o conhecimento e mesmo parte de sua realidade objetiva, esta não se esgota naquela.⁷ O que significa que *há uma totalidade concreta, em princípio cognoscível* – que só é composta pelo conhecimento na medida em que ela própria o compõe –, não um nível fenomênico (Kant) ou existente / aparente (Hegel) cognoscível (Kant e Hegel) e um numênico (Kant) ou da essência (Hegel) incognoscível (somente Kant), ou ainda várias realidades, conforme a vontade e o gosto de cada freguês (Nietzsche) – e que só é acessível mediante o *ato* de conhecer, que sobre ela incide como um raio que a revela, não que a distorce, dependendo da adequação do método de investigação empregado à natureza do objeto.

Como se lê em uma boa introdução à filosofia, “quando olhamos uma lâmina ao microscópio (...) percebemos cores e formas. Precisamos estar de posse de uma teoria para ‘aprender a ver’.” (Arruda Aranha; Pires Martins, 1991, p. 152) Ocorre que a teoria pode ser melhor ou pior; uma nos ensinará mais sobre as “cores e formas” do que a outra; o que se passa no microscópio independe de uma ou outra teoria; mas o sucesso ou fracasso de nossa intervenção no real dependerá da teoria que a orienta, de sua verdade ou falsidade.

É por isso que Hegel se opõe à concepção que defende que “o absoluto esteja *de um lado* e o *conhecer de outro lado* – para si e separado do absoluto – e mesmo assim seja algo real. Pressupõe com isso que o conhecimento, que, enquanto fora do absoluto, está também fora da verdade, seja verdadeiro”. (Hegel, 1997, p. 64)

Se entendermos este “absoluto” hegeliano como sinônimo da totalidade concreta do ser em seu devir, a disputa teórica que se trava, a partir daí, é pela representação científica conceitual “mais correta” do ser (questão ontológica) e de como elaborá-la (questão metodológica), ou simplesmente pelo que é ou deixa de ser “científico” (questão epistemológica).

Admitindo que o conhecimento científico do real não é uma quimera, torna-se obrigatório reconhecer o fato de que não se concebe só concepções, mas também objetividades, referentes, coisas, fenômenos, leis ou essências extra-discursivos, ou como se queira chamar, e cumpre conceber tais existências e relações corretamente, isto é, tais quais são *em si*, para que as subjetividades tomem as decisões corretas em sua intervenção sobre o real, de acordo com seus objetivos.

Kosik formula esse ponto em termos da "dialética da atividade e da passividade do conhecimento humano":

A dialética da atividade e da passividade do conhecimento humano manifesta-se sobretudo no fato de que o homem, para conhecer as coisas em si, deve primeiro transformá-las em coisas para si; para conhecer as coisas como são independentemente de si, tem primeiro que submetê-las à própria *práxis*: para poder constatar como são elas quando não estão em contato consigo mesmo, tem primeiro de entrar em contato com elas. O conhecimento não é contemplação. A contemplação do mundo se baseia nos resultados da *práxis* humana. O homem só conhece a realidade na medida em que ele *cria a realidade* humana e se comporta antes de tudo como ser prático. (Kosik, 2002, p. 28)

Ilyenkov nos oferece mais alguns subsídios fundamentais para uma compreensão adequada desta importante questão epistemológica, demonstrando, de um modo bastante similar ao de Kosik, a relação que se dá entre *contemplação* e *atividade* no processo de conhecimento:

Na contemplação imediata (intuição) os aspectos objetivos da "natureza em si" estão grudados nos aspectos e formas que foram nela impressos pela atividade transformadora do homem, e todas as características puramente objetivas da matéria natural, além disso, se oferecem à contemplação através da imagem que a matéria natural adquiriu durante e como um resultado das atividades subjetivas do homem social. A contemplação diz diretamente respeito não ao objeto mas à atividade objetiva (ou seja, atividade sobre objetos), transformando-os, e aos resultados desta atividade (prática) subjetiva.

Um quadro da natureza puramente objetivo é então desvelado ao homem não na contemplação, mas através da atividade e na atividade do homem produzindo socialmente sua própria vida. [...] Só a prática, conseqüentemente, é capaz de resolver quais aspectos do objeto dado à contemplação pertencem ao objeto da natureza em si, e quais deles foram nele introduzidos pela atividade transformadora do homem, ou seja, pelo sujeito.⁸

Em outras palavras, negar a transparência do real não pode significar reduzi-lo a mera representação, de um lado, ou, de outro, a uma qualquer exterioridade (ao pensamento) incognoscível, mas compreender a relação concreta entre representação e realidade, que

tem na práxis sua mediação material ativa⁹ e no conceito sua possibilidade de representação densa e acurada.

Essa digressão epistemológica se justifica aqui porque, se o real que nos interessa é o real social, histórico, das sociedades contemporâneas, divididas em classes antagônicas, subordinadas ao imperativo de reprodução ampliada do capital, com todas as suas conhecidas consequências destrutivas, precisamos conhecer corretamente qual é o papel que os discursos ou representações midiáticos desempenham em meio a esta luta.

5. Por uma teoria comunicacional da reificação

Podemos agora retomar a questão da relação entre representação, realidade e comunicação, articulando as considerações precedentes com uma reflexão sobre os discursos midiáticos, aqui entendidos como os atuais mediadores hegemônicos do conhecimento coletivo, "falso" ou "verdadeiro", do real.

Um bom ponto de partida para este movimento é o já clássico artigo "Codificação / Decodificação", onde Stuart Hall discorre sobre a relação entre o que ele denomina "evento histórico bruto" e o "discurso televisivo". Para Hall, o fato de um evento não poder ser transmitido pela tv em sua forma bruta, isto é, em sua singularidade fenomênica no tempo e no espaço, mas somente enquanto discurso (audiovisual, no caso da tv), faz como que o evento, convertido em discurso, em uma "forma-mensagem", torne-se "sujeito a toda a complexidade das 'regras' formais pelas quais a linguagem significa". (Hall, 2003, p. 388-9)

Deste modo, um evento extra-discursivo ou extra-textual só pode ser coletivamente conhecido ao converter-se em *evento comunicativo*; para tanto, deve submeter-se às regras da linguagem. Isso demonstra a importância das ciências da linguagem para os estudos de comunicação. Por outro lado, a "dominância" das regras da linguagem no evento comunicativo não pode anular a singularidade extra-discursiva do evento, tampouco "as relações sociais nas quais as regras [da linguagem] são postas em funcionamento ou as consequências políticas e sociais do evento terem sido significadas dessa maneira." (Hall, op. cit., p. 389) Temos aí a ação das relações sociais sobre as regras da linguagem, que operam a conversão do evento em "evento comunicativo", numa "forma mensagem"

específica, e a ação desta forma sobre aquelas relações sociais, sob a forma de “conseqüências políticas e sociais”.

Assim, não obstante as regras da linguagem ou do discurso serem, em última instância, subordinadas às “relações sociais” das quais emergem e sobre as quais atuam, sua relativa dominância na conversão do fato bruto em evento comunicativo – que envolve, enquanto tal, sua codificação e suas possíveis decodificações – nem por isso é desprezível. Essas regras merecem, portanto, ser compreendidas.

Para fazê-lo, acompanhemos um pouco mais o pensamento de Hall a respeito de algumas especificidades fundamentais da “forma-mensagem”, em especial em sua variante televisiva, pois esta favorece, talvez mais do que qualquer outra, a reificação, devido ao “realismo” de sua iconicidade: “O signo televisivo é [...] um signo icônico, na terminologia de Peirce, porque ‘possui algumas das propriedades da coisa representada’. [...] O cão, no filme, pode latir, mas não consegue morder!” (idem *ibidem*, p. 392-3)

O signo icônico, porém, como as demais modalidades de signos, só pode significar dentro de um determinado código, ou sistema de regras de correspondência, menos ou mais explícitas. Por esta razão os signos icônicos também são codificados, “mesmo que aqui os códigos trabalhem de forma diferente daquela de outros signos.” (idem *ibidem*, p. 392-3) Assim, no caso do signo icônico da imagem televisiva, “[...] a aparente fidelidade da representação à coisa ou ao conceito representado – é o resultado, o efeito, de uma certa articulação específica da linguagem sobre o ‘real’. É o resultado de uma prática discursiva.” (idem *ibidem*, p. 392-3)

Ora, se “não há discurso inteligível sem a operação de um código”, a “aparente fidelidade da representação à coisa” na “forma mensagem” icônica não se deve à transparência do real ser aí reproduzida diretamente, mas às especificidades empíricas do signo icônico e ao código no qual ele atua. A partir desta constatação, Hall nos alerta para o risco de reificação da televisão, devido à presença do que ele denomina “códigos naturalizados”:

Certos códigos podem [...] ser tão amplamente distribuídos em uma cultura ou comunidade de linguagem específica, e serem apreendidos tão cedo, que aparentam não terem sido construídos [...] mas serem dados “naturalmente”. Nesse sentido, simples signos visuais parecem ter alcançado uma “quase-universalidade”, embora permaneçam evidências de que até mesmo códigos visuais aparentemente “naturais” sejam específicos de uma dada cultura.¹⁰ Isto não significa que nenhum código tenha interferido, mas, antes, que os

códigos foram profundamente *naturalizados*. A operação de códigos naturalizados revela não a transparência e “naturalidade” da linguagem, mas a profundidade, o caráter habitual e a quase-universalidade dos códigos em uso. Eles produzem reconhecimentos aparentemente “naturais”. Isso produz o efeito (ideológico) de encobrir as práticas de codificação presentes. (idem *ibidem*, p. 392-3)

Hall ainda propõe, no mesmo artigo, uma nova compreensão das noções de “denotação” e “conotação”. Recusando a idéia de um sentido literal para a primeira, mas conservando-a enquanto sentido “fixo” (em um dado contexto sócio-histórico), que *parece* natural, ele conclui que a disputa política que se trava no campo discursivo visa à hegemonia significante da denotação.¹¹

O conjunto dos argumentos de Hall poderia ser pensado como um bom ponto de partida para o desenvolvimento de uma teoria propriamente comunicacional da reificação – conceito indispensável à crítica da economia política de inspiração marxiana, a partir de Lukács (2003) –, que agregaria à sua problemática central as contribuições conceituais e metodológicas da semiótica. Neste ponto, os estudos culturais e a crítica da economia política da comunicação se encontram, em um terreno comum aparentemente fértil.

Trata-se, portanto, como sugerido no início do presente artigo, de articular a análise dessa luta discursiva, tema recorrente nos estudos Culturais, com a crítica da economia política da comunicação, pelo simples fato de o campo da comunicação midiaticizada ser local estrategicamente decisivo na disputa pela hegemonia ideológica na contemporaneidade.

6. Conclusão

É oportuno citar agora uma carta de Engels, que nos deixou uma indicação reveladora sobre uma deficiência que ele reconhecia em sua obra e na de Marx, obra, como é sabido, em boa parte comum e que fornece os fundamentos e diretrizes essenciais da crítica da economia política. É precisamente esta deficiência que os estudos culturais tentaram em parte sanar.

Engels disse que faltou que ele e Marx definissem a *forma* como se dava a passagem do econômico para o ideológico, por terem se limitado a descrever o *conteúdo* do processo global:

Nós [...] colocamos inicialmente – e *tínhamos de fazê-lo* – a ênfase principal, antes de mais nada, em *derivar* dos fatos econômicos básicos as concepções políticas, jurídicas e demais concepções ideológicas, bem como os atos mediados através delas.¹² Com isso negligenciamos o lado formal em função do conteúdo: o modo e a maneira como essas concepções etc. surgem. Isso deu aos adversários um belo pretexto para erros e deformações [...]

Relacionada com isso existe uma estúpida concepção dos ideólogos: já que negamos um desenvolvimento histórico independente às diversas esferas ideológicas que desempenham um papel na história, negaríamos também qualquer *eficácia histórica* delas. Aqui está subjacente a concepção vulgar, não-dialética, de causa e efeito como pólos opostos de modo rígido, com o esquecimento absoluto da interação. Esses Senhores esquecem com freqüência e quase deliberadamente que um elemento histórico, uma vez posto no mundo através de outras causas, econômicas no final das contas, agora também reage sobre a sua circunstância e pode retroagir até mesmo sobre as suas próprias causas. (ENGELS, apud FERNANDES, 1989, p. 465-6).

Julgamos que uma atualização dessa importante questão requer uma análise da ação da comunicação midiaticizada na *formação* dessa “passagem” do econômico ao “simbólico”, isto é, na estruturação de suas mediações, o que envolve, partindo do simbólico, o sentido oposto e, enfim, sua dialética.

Pensemos por exemplo na questão da “recepção”, cara aos estudos culturais, nessa chave teórica:

Baccega nos diz que a recepção:

[...] nos dá pistas do impacto social que uma campanha publicitária, por exemplo, tem nas mentes e corações. Através de seu estudo podemos descobrir quais são os processos que resultam do encontro dos discursos dos meios de comunicação apropriados (transitoriamente) ou incorporados (com permanência na cultura) pelos sujeitos-receptores imersos em suas práticas culturais. (BACCEGA, 2005, p. 15)

Isto é sem dúvida importante, mas o que fazer com essas “pistas”? Da perspectiva aqui adotada, elas são úteis sobretudo para se compreender a configuração atual da luta de classes, como ela se faz discurso e produz sentido, na produção e no consumo, pois, conforme argumenta Bourdieu, “uma classe é definida tanto [...] pelo seu consumo [...] quanto por sua posição em meio às relações de produção (mesmo que seja verdade que as últimas governem o primeiro)”. (Bourdieu, 2000, p. 483)

Pretendemos aqui chamar a atenção para a “verdade” citada entre parênteses, com freqüência obliterada quando nos esquecemos que o consumo (pensamos aqui na recepção

mediática), embora seja também um espaço de produção de sentido, nem por isso deixa de ser “governado” pelas relações de produção, assim como a totalidade dos discursos em circulação, incluindo os midiáticos. Cumpre assim investigar, no viés comunicacional que tentamos articular, as causas e as consequências culturais e políticas dessa dialética entre realidade, representação e comunicação midiaticizada, em meio à qual os imperativos de uma economia mercantil, em seu empenho altamente bem sucedido (embora não integralmente) de subordinar a tudo e a todos, permanecem ocupando a posição de *Übergreifendes-moment*.¹³

É por isso que Mészáros tem razão, quando afirma: “Lutas políticas e socioeconômicas constituem uma unidade dialética e conseqüentemente a negligência da dimensão socioeconômica despoja a política de sua realidade.” (Mészáros, 2002, p. 566) Por outro lado, como lembra Žižek, “[...] a economia é o domínio chave, a batalha será decidida aí [...] mas a intervenção deverá ser de ordem política, não econômica.”¹⁴

Hoje, a apreensão dessa dialética complexa entre economia e política requer um olhar cuidadoso voltado às representações midiaticizadas, capaz de relacionar sua lógica interna enquanto “forma mensagem” com os condicionamentos sociais de sua produção (tarefa para a qual a economia política da comunicação fornece os subsídios necessários) e de sua recepção (pauta dos estudos culturais), produção e recepção estas mediadas pelas próprias representações. É claro que a construção desse “olhar” demanda estudos empíricos específicos, os quais, por sua vez, envolvem difíceis questões de ordem metodológica, mas a isto o debate teórico aqui apresentado não se propôs.

Em síntese, dado que o presente artigo possui caráter metodologicamente exploratório, não conclusivo, tratou-se aqui não de apresentar um *método* acabado, capaz de orientar de modo consistente pesquisas empíricas direcionadas à articulação entre a economia política da comunicação e os estudos culturais, mas de fundamentar teoricamente a defesa da importância dessa articulação, bem como de esboçar, em linhas gerais, algumas diretrizes que pudessem servir de ponto de partida para o desenvolvimento de um método voltado a investigações dessa natureza – oxalá possa ter contribuído de alguma maneira nesse sentido.

Referências bibliográficas

- AIDAR PRADO, José Luiz. O Campo da comunicação e a comunicação entre os campos na era da globalização. LOPES, Maria Immacolata V. (org.): **Epistemologia da Comunicação**. São Paulo: Loyola, 2003, p.135-153.
- ARRUDA ARANHA, Maria Lúcia; PIRES MARTINS, Maria Helena. **Introdução à Filosofia**. São Paulo: Moderna, 1991.
- BACCEGA, Maria Aparecida. O Impacto da publicidade no campo comunicação / educação. In: **Cadernos de Pesquisa ESPM**, ano.1, n.3, set/out. São Paulo: ESPM, 2005, p.11-91.
- BOURDIEU, Pierre. **Distinction**. A Social critique of the judgement of taste (trad. Richard Nice). Cambridge, Massachussets: Harvard University Press, 2000.
- FERNANDES, Florestan (org.). **Marx-Engels**. São Paulo: Ática, 1989.
- HALL, Stuart. Codificação / Decodificação. In: SOVIK, Liv (org.). **Da Diáspora: identidades e mediações culturais** / Stuart Hall. Belo Horizonte: Editora UFMG; Brasília: Representação da Unesco no Brasil, 2003a, p.387-404.
- HEGEL, G.W.F. **Fenomenologia do espírito**. Parte I. Petrópolis-RJ: Vozes, 1997.
- ILYENKOV. **Dialectical Logic**. Disponível em: <http://marx.org/archive/ilyenkov/works/essays/index.htm>. Acesso em: abr 2010.
- JAMESON, Fredric. **Pós-Modernismo**. A Lógica cultural do capitalismo tardio. São Paulo: Ática, 1996.
- KOSIK, Karel. **Dialética do concreto**. São Paulo: Paz e Terra, 2002.
- LESSA, Sérgio (2002). Lukács: direito e política. In: PINASSI, Maria Orlanda e LESSA, Sérgio (orgs.). **Lukács e a atualidade do marxismo**. São Paulo: Boitempo, 2002, p.103-122.
- LUKÁCS, Georg. **História e consciência de classe**. São Paulo: Martins Fontes, 2003.
- MAIA, Rousiley C.M.; FRANÇA, Vera V. A Comunidade e a conformação de uma abordagem comunicacional dos fenômenos. In: LOPES, Maria Immacolata V. (org.). **Epistemologia da Comunicação**. São Paulo: Loyola, 2003, p.187-203.
- MARCUSE, Herbert. **A Ideologia da sociedade industrial; o homem unidimensional**. Rio de Janeiro: Zahar, 1973.
- MÉSZÁROS, Istvan. **Para além do capital**. São Paulo e Campinas: Boitempo e Editora da Unicamp, 2002.
- MÉSZÁROS, Istvan. **O Poder da Ideologia**. São Paulo: Boitempo, 2004.
- SAMPAIO, Benedicto Arthur e Celso Frederico. **Dialética e materialismo: Marx entre Hegel e Feuerbach**. Rio de Janeiro: UFRJ, 2006.

ZIZEK, Slavoj. **De História e Consciência de Classe a Dialética do Esclarecimento, e volta**. Disponível em: <http://www.antivalor.cjb.net/>. Acesso em: abr 2010.

ZIZEK, Slavoj. Have Michael Hardt and Antonio Negri Rewritten the Communist manifesto for the Twenty-First Century? In: **Rethinking Marxism**, no.3/4, 2001. Disponível em: <http://lacan.com/zizek-empire.htm>. Acesso em: abr 2010.

Notas

¹ Cf. ILYENKOV. *Dialectical Logic*. Disponível em: <http://marx.org/archive/iljenkov/works/essays/index.htm>. Acesso em 23 abr. 2010. Tradução nossa.

² Jameson defende que a tarefa do intelectual é realizar um "mapeamento cognitivo" da época, empregando o conceito como "um código para 'consciência de classe' [...] de um tipo novo". (Jameson, 1996, p. 413).

³ Tradução nossa.

⁴ Zizek refere-se nesta passagem às condições objetivas para um ato revolucionário.

⁵ Cf. ZIZEK, Slavoj. *De História e Consciência de Classe a Dialética do Esclarecimento, e volta*. Disponível em: <http://antivalor2.vilabol.uol.com.br/textos/outros/zizek.html>. Acesso em 23 abr. 2010.

⁶ Tradução nossa.

⁷ Sem mencionar o fato de que a *representação* ainda não é o *conceito*, capaz de reproduzir o real concreto, enquanto unidade do diverso, na mente.

⁸ ILYENKOV, op. cit. Tradução nossa. Sobre esse tema, ver a "Segunda Tese sobre Feuerbach", de Marx, à qual, aliás, Ilyenkov faz menção na seqüência da presente citação.

⁹ Segundo Sampaio e Frederico, a categoria de práxis, desenvolvida por Marx, enquanto "mediação material ativa", dá nova vida ao método de Hegel, articulando-o com um materialismo agora não mais contemplativo, como o de Feuerbach, mas que ao mesmo tempo se mantém fiel à correta crítica deste último ao lado idealista e especulativo da dialética hegeliana: "Nem Hegel, do fundo obscuro de suas metamorfoses ideais, nem Feuerbach, da superfície clara de suas constatações empíricas, jamais poderiam alcançar a noção de uma *mediação material ativa*, como a contida no conceito revolucionário de práxis. E é justamente aí que se vai introduzir o núcleo racional de uma dialética "desmistificada", que se vai propor um materialismo racional [...]" (SAMPAIO e FREDERICO, 2006, p. 57)

¹⁰ A imagem de uma vaca, por exemplo, pode significar um animal sagrado, a noção de bucolismo ou um valor de troca, conforme seja decodificada por um hindu, por um cidadão de uma grande cidade ocidental ou por um fazendeiro.

¹¹ Zizek diz algo bastante parecido: "[...] a luta pela hegemonia ideológica e política é sempre a luta pela apropriação dos termos que são espontaneamente vivenciados como apolíticos [...]". (Zizek, apud Aídar Prado, 2003, p. 148).

¹² Por que Engels afirma "tínhamos que fazê-lo"? Em função do combate que ele e Marx travavam com o idealismo alemão. Em um outro momento histórico, mas segundo uma lógica parecida, algo semelhante ocorreu, embora no vetor oposto, com a ênfase na cultura promovida pelos estudos culturais, em seu combate ao economicismo do marxismo vulgar.

¹³ Momento de importância decisiva em uma interação dialética.

¹⁴ ZIZEK, Slavoj. Have Michael Hardt and Antonio Negri Rewritten the Communist manifesto for the Twenty-First Century? In: *Rethinking Marxism*, no. 3/4, 2001. Disponível em: <http://lacan.com/zizek-empire.htm>. Acesso em: 23 abr 2010.