

Neste primeiro número da revista online INTERIN, o dossiê enfoca um assunto vital para o campo da comunicação: a questão da representação/construção. Trata-se de um conceito complexo e abrangente que inclui tanto questões 'frias' da lógica da significação quanto aspectos 'cálidos' da dramaturgia, associados à encenação estética do real na mídia. Problemas já tradicionais como a midiaticização e a mediação, desenvolvidos por diversas escolas teóricas, encontram seu âmago na noção de representação. Os artigos que compõem a parte temática desse número propõem análises de relevância e singularidade sobre aspectos decisivos dessa questão.

O texto de Elizabeth Czach analisa um fenômeno representacional de grande vigência, isto é, quando os meios de filmar o cotidiano já não são o privilégio de poucos, dos realizadores profissionais, mas podem ser usados por qualquer pessoa que tenha uma câmera de vídeo ou um aparelho digital de filmar, surgem novas e intrigantes questões relativas aos limites do ato de representar. Onde colocar a fronteira do representável? Quando alguém que registra minuciosa e criativamente sua própria vida a partir da infância até a idade adulta, está transgredindo a ética da intimidade das pessoas que ela ou ele filma para seu projeto de vida ou de arte? Tal é a questão representacional que Czach coloca com argúcia e exemplifica através da discussão de um filme célebre, cult, não obstante sua recente produção, qual seja, *Tarnation* (2003). Nele, o jovem realizador norte-americano Caouette desafia os limites éticos, quando produz a sobre-exposição de pessoas próximas como sua mãe e seus avós. A doença mental daquela vira tema de diálogos tão violentos quanto a ruptura do tabú que restringe a exibição da intimidade espiritual e corporal de pessoas que não são atores amadores nem profissionais, mas que emigram do registro familiar ao espetacular, e assim se expõem a um olhar massivo inesperado. O problema considerado pela autora com rigor histórico e analítico, sem dúvida será no futuro próximo cada vez mais relevante, pela proliferação tecnológica da mídia portátil de representação. O apagamento dos limites do representável é um desafio formidável no campo da comunicação e o texto de Czach é uma abordagem bem-vinda e oportuna daquele.

Em diálogo com o texto de Czach, a pesquisa de David William Foster questiona a representação do cinema feminista em países da América Latina, com ênfase no México e na Argentina. Como romper com as convenções narrativas do discurso "masculinista" (termo usado pelo autor em posição dicotômica com "feminista") é a questão que Foster tenta problematizar, citando exemplos de atrizes que se destacaram por se tornarem representantes de diversos tipos de mulheres não-convencionais. As construções de personagens tradicionalmente excluídas dos papéis principais são analisadas em sua ousadia e transgressão. Acompanhando a evolução natural das representações sociais, atualmente a tendência é a aceitação de certas práticas consideradas inadequadas nos passado. No México, país religioso e conservador, o papel da mulher é dentro dos limites caseiros de sua participação na sociedade. Apesar disso, há exemplos de personagens que se rebelam, não se deixando dominar pelas imposições masculinistas. Em outro texto do dossiê representacional, Andacht formula

uma pergunta não habitual, porém necessária para a pesquisa sobre a representação do real na era do reality show, da tele-realidade: o que acontece num programa de TV com marcante sucesso de público, associado ao exibicionismo do corpo e a vacuidade do diálogo, quando se enfoca um aspecto tão corriqueiro e em aparência insignificante como a preparação e o consumo das comidas na casa fechada e vigiada de Big Brother Brasil? Em resposta à tal pergunta, a pesquisa do autor, baseada numa análise detalhada sobre esse recente formato televisual, explica como o âmbito da convivialidade, como os detalhes associados às comidas, e de modo surpreendente ao espaço do qual a mulher teria se emancipado, a cozinha, tornaram-se centrais na quinta edição do formato glocal produzido no Brasil pela Rede Globo. Representar um ritual como o gastronômico pelo meio televisivo produz o que Erving Goffman descreveu como um “hiper-ritual”. Tais cerimônias serviram como estratégias micro-sociais para alguns participantes, os mais populares dessa edição de 2005, para se auto-encenar, isto é, para apresentar sua identidade em base aos índices, e também para encenar a identidade nacional. Longe do sex-appeal associado com os participantes escolhidos pelo casting, o trabalho de Andacht tenta demonstrar analiticamente quanto a visão do comum, do autêntico, mesmo no espaço fabricado e glamourizado da casa de Big Brother, pode virar um templo real para representar o real corporal que é o âmago do formato. Comer, viver, assim como preparar a vida e a comida, podem virar o clímax da representação da vida cotidiana neste espetáculo televisual das sociedades contemporâneas. Em base aos índices recolhidos pela filmagem constante que é editada pela produção, o público do formato consegue elaborar suas reflexões sobre o real e sobre sua negação, algo que não pareceria ser a atração principal desta classe de programas.

Também questionando a representação televisiva, a pesquisadora Marialva Barbosa discorre sobre as cerimônias que se transformam em rituais, como as transmissões do Carnaval, de enterros de ídolos automobilísticos como Ayrton Senna, e da Copa do Mundo. O texto se aplica ao que acabamos de presenciar na Copa 2006, quando assistir aos jogos se transformou em hábito quase que religioso, suspendendo todas as atividades diárias. A ritualização cria um sentimento de comunhão, um patriotismo que floresce a cada quatro anos, um extremo amor às cores da bandeira. Como menciona a autora, a narrativa dos acontecimentos é cercada por uma reconstrução dos fatos, corroborada pela transmissão em tempo real. Todos podem seguir o que está acontecendo, mas parece que há uma dependência do discurso do narrador, do comentarista, que “interpreta” os fatos exibidos na televisão.

Nos textos de temática livre, a seguinte questão foi debatida: como se dá a relação entre as novas tecnologias e as sensações mais básicas e primitivas do ser humano? Tal é o problema que formulam Boutaud e Martin-Juchat ao considerar o encontro inevitável entre a tecnologia da Internet e os “objetos polisensoriais”, no caso escolhido, os perfumes. Perante o obstáculo de veicular o mais intangível e, claro, invisível dos estímulos, o cheiro, através de um meio de comunicação audiovisual sofisticado, os autores estudam os mecanismos retóricos e compensatórios na Internet para recriar

com tecnologia e imaginação o impacto primitivo e contundente do aroma. Através da interatividade que os websites dos maiores perfumistas da França, o viajante da rede de redes não é mais “um simples espectador de um espaço de representação”, mas alguém que deve intervir nesse ambiente sinestésico, no qual sua tarefa é se engajar num espaço sensível. Compreender de modo sistemático o paradoxo que supõe atingir o olfativo-sensível através da mediação audiovisual da Internet é o objetivo dos autores.

Outra pergunta formulada no texto da pesquisadora Denize Correa Araujo dialoga com a anterior: qual o papel da tecnologia digital na construção da imagem da cantora Bjork? O artigo questiona que tipos de elementos e processos foram utilizados para a ascensão da imagem midiática da cantora islandesa, transformada em ícone musical. Seria ela uma criação digital? Uma hibridação? Considerando que as intervenções sempre tem por base a própria intérprete, sua imagem se molda por intervenções virtuais em elementos reais, hibridizando não só a natureza dos processos mas também os efeitos dos mesmos nas produções de CDs e fotos da cantora, cuja imagem se metamorfoseia continuamente. Inventando uma nova “aura” (Walter Benjamin), a imagem remete ao imaginário e aos conceitos de homem-máquina, exemplificando o que a autora denomina de “a poética da hipervenção”, vocábulo que se subdivide em “hiper” (como em hiperrealidade, de Baudrillard) e em “venção”, como em invenção, intervenção e hipervenção. A imagem de Bjork oscila entre o real, o imaginário e o simulado, situando-se em espaço híbrido.

O texto do pesquisador W.J.T. Mitchell oferece uma visão de conjunto da cultura visual, um dos pilares do edifício da comunicação. Uma das várias e valiosas contribuições do texto desse especialista sobre a iconologia acha-se nas duas enumerações que sintetizam as falácias mais comuns sobre a cultura da imagem e, como um eficaz antídoto, as oito contra-teses, que o autor formula a modo de crítica pertinente daqueles “mitos”. Numa época na qual é comum considerar como óbvio o estatuto epistemológico da imagem, quer artística, quer publicitária, quer popular, o artigo discute em detalhe e com clareza temas teóricos, como a “construção social do campo visual”, a suposta hegemonia do visual na era atual e a “classe coerente de coisas chamadas mídias visuais”. Num original movimento dialético, Mitchell contrapõe àquela abordagem já clássica, “à construção visual do social”. Pode-se descrever sua empreitada como um exercício epistemológico e crítico de análise do visual, que inclui no seu cerne o invisível, o não visto, o audível, o tangível ou háptico. O resultado é uma cartografia da complexidade na qual o visual, a cultura associada a uma modalidade sensorial e artefactual, emerge como alheia a simplificações maniqueístas, como a que contrapõe o visual ao simbólico na mídia. Por último, postular a continuidade lógica do visual no âmbito midiático e no universo cotidiano, como o faz Mitchell no seu artigo, é mais um elemento valioso para repensar a comunicação midiaticizada de nossos dias.

Também em temática livre, o trabalho de Michael Hanke tem uma dupla função de revisão histórica de uma teoria e de problematização de um

aspecto central mas às vezes descuidado no estudo da comunicação midiática, ou seja, a materialidade comunicacional. Revisitando a contribuição teórica de um grupo de comunicólogos alemães há quase vinte anos, “a materialidade da comunicação”, o autor apresenta a convergência de diversas disciplinas para uma única e fundamental pergunta de pesquisa: qual é o impacto das condições e variáveis concretas e materiais sobre a comunicação na época da modernidade tardia? Com antecedentes célebres e polêmicos como a idéia de que “o meio é a mensagem” do canadense Marshall McLuhan, chega-se à proposta do especialista alemão Hans Gumbrecht, de pesquisar “as formas de comunicação” sem obliterar o corpo delas no ato interpretativo. A tarefa é tão valiosa quanto ousada para o nosso campo de investigação, porque trata de uma linha de estudo que procura nos tornar independentes da tradicional hermenêutica herdada dos estudos literários, e assumida automaticamente na comunicação midiaticizada.