

# ESPAÇO PÚBLICO MUDIÁTICO: UMA PERSPECTIVA METODOLÓGICA

Lúcia Lamounier

Historiadora e Mestre em Comunicação Social  
pela UFMG, professora da FCH-FUMEC

---

A pesquisa em Comunicação tornou-se um amplo leque de investigação, que busca entender a comunicação de massa e seus produtos analisando a esfera da produção, a especificidade da linguagem dos meios ou a dimensão da recepção. Neste campo de investigação há um conjunto de trabalhos que têm sido desenvolvidos no sentido de buscar apreender a comunicação como instituidora de um conjunto de significações onde tanto a informação quanto a forma em que se apresenta, sua respectiva mediação e recepção, são elementos configuradores de um específico modo de ser social em que a dimensão da realidade do mundo se realiza de forma midiática.

Kellmer caracteriza esse modo de ser como a *Cultura da Midia*, que tal qual já indicava Edgard Morin na década de 60, é uma cultura cuja força de sentidos, realizados em linguagens, imagens e celebridades *olimpianas* “concorrem e substituem a família, a escola e a Igreja como árbitros de gosto, valor e pensamento, produzindo novos modelos de identificação e imagens vibrantes de estilo, modo e comportamento” (Kellmer, 2001: 27).

Essas significações midiáticas são realizadoras de novas formas de constituição da experiência, ao mesmo tempo constituídas na teia social, mas, também, constituidoras dessa teia. É a perspectiva do espaço público midiático: mediação entre o acontecimento e sua visibilidade, experiência e realidade midiáticas, notícia e dimensão do mundo vivido.

Este artigo pretende, a partir de uma pequena resenha do trabalho de Fausto Neto (1999), trazer uma contribuição para o entendimento desta perspectiva teórica e seus respectivos operadores metodológicos.

## **AIDS, NOTÍCIA E ESPAÇO PÚBLICO**

A construção de um problema de pesquisa é uma ação de se colocar diante do real numa atitude questionadora, de dúvida, uma indagação que tem no seu próprio constituir indagativo, e somente a partir dele, a possibilidade de respostas, de construção de diretrizes que iluminem este “real criado”, o real tornado objeto.

No entanto, o real tornado objeto só é possível de desvendar-se na medida em que uma perspectiva teórica guia esse processo. A teoria é instrumento da própria indagação. A teoria é como uma ferramenta visual, óculos que nos possibilitam ver nexos no mundo social, “recursos para falar de experiências, discursos e práticas

de instituições e relações sociais que ajudam os indivíduos a entender seu mundo” (Kellmer, 2001: 35).

O alcance da teoria é ao mesmo tempo amplo e restrito, não é uma possibilidade de se construir um princípio de verdade sobre todo o mundo social, mas um guia para explicações, respostas possíveis para indagações específicas. Neste sentido problematizar o real é um ato de perceber, compreender e estabelecer ligações para os fenômenos da sociedade, “ato mediado por discursos teóricos e participantes dos pressupostos teóricos”.

O entendimento da teoria como bússola orientadora para uma possível elucidação das tramas e processos que estruturam o social é uma importante perspectiva para o campo de investigação da comunicação. Trata-se de um vasto terreno entrecortado por matrizes teóricas (e, portanto, explicações possíveis) que buscam dar conta de vários aspectos da vida social permeados pela inserção diária da mídia e seus produtos.

Um destes pressupostos teóricos é o que percebe a configuração do social espaço público midiático. É uma proposição de que para compreendermos a complexa teia desse “mundo-mídia” é necessário tomar os aparatos tecnológicos e a chamada cultura de massa como algo além do que produtos de uma sociedade industrial corporificados em linguagens *high tech* para troca de informação e entretenimento.

O ponto de partida é de que estes aparatos midiáticos são mecanismos que tornam públicos, e visíveis a todos, os fenômenos do mundo social, criando neste tornar público um sentido de realidade partilhada. Na medida em que a mídia é um dispositivo de visibilidade dos fenômenos ela se torna princípio de realidade, instituição do mundo comum.

A pesquisa de Fausto Neto (1999) sobre mídia impressa e AIDS é um trabalho paradigmático dessa perspectiva. Com o objetivo de mostrar que o conhecimento e entendimento sobre a Aids foram um processo que se realizou através do campo midiático, o autor parte do pressuposto de que a mídia não só tornou visível esse fenômeno, mas antes, converteu-se em lugar em que a Aids se realizou na sua dimensão pública.

Através de seus modos operatórios, “conjunto de ‘leis’ e condições de produção internas ao mundo das tecnoculturas” (Fausto Neto, 1999: 16) a mídia organizou sentidos, tematizou, acolheu discursos e formas para dar visibilidade às falas e questões que os diversos campos sociais produziram sobre a doença.

O operador de visibilidade em questão é a notícia que, enquanto elemento de representação do real, dá voz em linguagem e formato

múltiplos às falas sociais, forma de “publicização (que) opera através das “regras privadas” que são os saberes, formas e estratégias inerentes ao mundo do discurso midiático” (Fausto Neto, 1999: 17).

No entanto, é importante destacar que Fausto Neto não acredita em um processo ventriloquista, a notícia como transmissão simples e direta, mas, sim, um processo de mediação. O conceito de mediação é fundamental nesta questão. Os produtos midiáticos são produzidos e particularmente recebidos e as condições de recepção e apropriação destes conteúdos são, como afirma Thompson (1998), situadas, ou seja, um ativo processo de construção de significados que se realiza de forma particular em certos contextos sócio-históricos.

É nesta perspectiva que se deve entender a notícia como mediação, discurso simbólico, tradução do acontecimento como enunciação de uma certa dimensão de realidade que esse acontecimento inscreve. Mas, realiza-se como dispositivo de construção de um mundo comum na medida em que no alcance temporal e espacial da sua visibilidade efetiva-se como recepção, apropriação de sentidos, embaite ou integração, relacionamento e diversidade discursiva pelos indivíduos na realidade de suas vidas cotidianas.

No entanto, a notícia é produto de mídia, construída numa relação oferta/demanda de bens de informação, sujeita a um conjunto de regras “de enquadramentos e contratos de leitura” (Fausto Neto, 1999: 18) que os jornais estabelecem com seus receptores. Na perspectiva do autor, o ato de compreender e experienciar o aparecimento da Aids foi mediado pelos discursos jornalísticos que, inseridos em seus respectivos condicionantes editoriais, traduziam os sentidos e falas autorizadas sobre a doença de outros campos sociais, como o científico, o religioso ou o político.

Tendo como corpus de estudo jornais de referência nacional (Rio e São Paulo), de referência política (Brasília) e local (Bahia), Neto realiza uma análise quantitativa e discursiva dos conteúdos das matérias, títulos, fontes, cadernos e editorias que trataram do tema no período de 1983 a 1995.

Esta estratégia metodológica permitiu perceber que a doença nos jornais se espalhou por temas e representações que vão desde campanhas até discriminação, inseriu-se em universos como o da saúde, dos direitos humanos, da sexualidade, envolveu discursos governamentais, de instituições privadas e públicas e do próprio público leitor.

A pesquisa identificou que as enunciações apontam tanto para uma geografia de origem da doença – que remete a uma inteligibilidade de um espaço físico (África, por exemplo) – como ocupou uma geo-

grafia do próprio jornal, uma geografia simbólica na medida em que as matérias migram por cadernos (de saúde ou polícia), chamadas de capa ou espaços editoriais, reportagens ou matérias assinadas e em cada espaço ocupado na *geografia do jornal* há uma remissão a um conjunto de representações.

A análise das enunciações identificou também que as matérias apóiam-se nos discursos de fontes especializadas e científicas para realizar-se como enunciação autorizada, credível. Ao tornar acessível o discurso dessas fontes, abre espaço para o debate público dando voz a outras vozes sociais. No entanto o operador midiático mais uma vez está presente, uma vez que a sua fala sobrepõe-se à fala das fontes no processo de construção da notícia.

O estudo da anunciabilidade dos títulos identificou recursos retóricos que trabalharam com elementos de um certo imaginário social e até mesmo moral, exemplificados em chamadas como “Peste Rosa”, “Síndrome Gay”, ou postaram-se como avaliadores, declarativos e conclusivos, nomeadores ou vinculadores da doença com a proximidade do universo receptor, como por exemplo, indicando a fatalidade da doença em ídolos da cultura de massa, os olímpianos: “Aids pára o tempo de Cazuza”; “Depois de Henfil, Chico Mário”.

Um último ponto de análise é a identificação das marcas de um dizer público e privado, aspecto em que Neto busca perceber elementos que ilustrassem uma relação dos jornais com as fontes e o tratamento dado a cada uma delas. Neste aspecto percebe-se uma dispersão de temáticas e conteúdos e aquilo que distingue uma apropriação e outra é o próprio dizer jornalístico como apropriação e sobreposição do discurso da fonte. E neste aspecto, a “carta do leitor” é antes de tudo uma fala e acesso a um espaço definido pela política editorial do próprio jornal.

Essa rápida pincelada na obra de Fausto Neto evidentemente não faz jus a qualidade e importância deste trabalho para o campo da comunicação. Mais ainda eu diria, a perspectiva teórica do autor e sua apurada metodologia nos possibilitam uma interpretação e inteligibilidade da vida social. Como dissemos no início deste texto, o papel da teoria não é dizer uma única verdade sobre o mundo social, mas antes nos possibilitar estabelecer nexos, articulações, guias possíveis para o descerramento da complexa rede social em que estamos inseridos ora como sujeitos, ora como objeto. Uma perspectiva teórica que ilumina o aspecto midiático desta rede é sem dúvida uma contribuição para que possamos estar inseridos na primeira categoria.

## NOTA

<sup>1</sup> Um importante trabalho que parte desta perspectiva e que busca apontar as contradições dessa configuração do social é o texto de WOLTON, Dominique. *As contradições do espaço público midiático*. Tradução de Ceres Castro e Paulo Bernardo Vaz. Belo Horizonte: UFMG, 1997. Mimeografado.

## BIBLIOGRAFIA

FAUSTO NETO, Antônio. *Comunicação e Mídia Impressa*. Estudo sobre a Aids. São Paulo: Hacker Editores, 1999.

KELLNER, Douglas. *A Cultura da Mídia – estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno*. São Paulo: EDUSC, 2001. cap.1, p. 25 a 74.

THOMPSON, John B. *A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia*. Petrópolis: Vozes, 1998. cap. 2, p. 47 a 76.

