



Esfera Pública e os Media¹

Gunter Karl Pressler (UFPA)/Milena Oliveira Albuquerque (IESAM)²

Resumo

O trabalho propõe uma reflexão sobre o estudo de Jurgen Habermas³, como pioneiro na investigação e conceituação da chamada "esfera pública burguesa"; e sobre o poder dos *media* (imprensa, TV, rádio, cinema, cartaz publicitário), que formam uma gigantesca máquina manipuladora e mediadora, uma vez que cativam o público enquanto ouvinte e espectador, mas também, afastam-lhe a emancipação, ou seja, o momento de poder expressar suas idéias e contestar outras. Com eles, modificam-se a forma de comunicação enquanto tal e sua atuação, se torna muito mais penetrante do que a imprensa.

Palavras-chave

Comunicação, Media e Público

O estudo de Jurgen Habermas⁴ é pioneiro na investigação e conceituação da chamada "esfera pública burguesa". Ele denomina esse termo como “a esfera das pessoas privadas reunidas em um público” (1984: 42), na sociedade moderna no século XVIII e, particularmente, no século XIX. Neste contexto, para Habermas, a vida da esfera pública se desenvolve num âmbito de interação discursiva no qual os cidadãos, enquanto pessoas privadas se unem para submeter à crítica e ao debate racional as ações e políticas do Estado.

Para Habermas, percebe-se que a esfera pública privada almeja uma modificação substancial, ou seja, algo mais do que uma mera mudança política, pois suas reivindicações combatem a própria autoridade política vigente. Nesse sentido, o autor comenta que a esfera pública burguesa luta por influências, e esta luta não se

1 Segundo Ciro Marcondes (1994: 17) o vocábulo *media*, que significa *meios de comunicação*, é o plural latino do termo *medium*. Em português, a palavra *mídia*, incorporada ao nosso idioma como designação dos meios de comunicação social: jornais, revistas, cinema, rádio etc. (Novo Dicionário Aurélio da Língua Portuguesa, 2. ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira). Em concordância com Marcondes Filho, esta pesquisa trabalhará com os termos em latim: *medium* e *media*.

2 G.K.P., professor de Teoria Literária da Universidade Federal do Pará (UFPA), que realizou o pós-doutoramento na Universidade de Constança (Alemanha) sobre proximidades das teorias de Gerard Genette e Karlheinz Stierle, último sucessor da cadeira de Hans-Robert Jauss. M.O.A., professora de Comunicação Social: Relações Públicas, do Instituto de Estudos Superiores da Amazônia (IESAM). Defendeu em novembro de 2005, no Curso de Mestrado em Letras, na UFPA, a dissertação sobre a edição, a divulgação e a crítica da obra de Dalcídio Jurandir.

3 Filósofo e sociólogo alemão, nascido em 1929. Considerado o membro mais importante da segunda geração da Escola de Frankfurt.

4 Filósofo e sociólogo alemão, nascido em 1929. Considerado o membro mais importante da segunda geração da Escola de Frankfurt.



consolida somente na influência política, mas também na constatação da existência de uma concorrência pública entre os diferentes grupos organizados pela realização de seus próprios interesses políticos e econômicos.

Originário do século XIV, o termo “público”, deriva da palavra latina *publicus*, pertencente ou relativo ao povo, estado ou nação. Público remete para “tornar público”, para publicar, do latim *publicare*. Centra-se na idéia de comum, pois a realidade do mundo tem um bem comum ou interesse comum do artefato e dos negócios humanos, na medida em que é partilhado por indivíduos que se relacionam entre si. Habermas compreende que o significado do termo público está relacionado às experiências privadas, originárias da subjetividade, na esfera íntima da pequena-família patriarcal, que se consolidou como tipo preponderante das camadas burguesas.

A nova vida familiar, que se constituiu no século XVII e XVIII, segundo Habermas, distinguiu-se das antigas formas da comunidade da “grande família” – considerada assim pelo povo da época – na medida em que também não se sujeitava à diferença entre o “público” e o “privado”. A privatização da vida do aristocrata burguês pode ser observada numa alteração do estilo arquitetônico, ou seja, as grandes mansões sofreram modificações e seus amplos compartimentos foram reduzidos. O que se percebe com a nova estrutura familiar é que o “espaço familiar”, considerado o local de permanência em comum para os membros da família, foi reduzido ou até mesmo excluído.

Na análise de Habermas (1984: 62), a linha entre a esfera privada e a esfera pública passa pelo meio da casa, onde as pessoas privadas saem da intimidade de seus quartos de dormir para a publicidade do salão, sendo este agora o espaço reservado à sociedade.

As pessoas privadas que se constituem num público não aparecem ‘na sociedade’; toda vez elas, por assim dizer, destacam-se primeiro em relação ao pano de fundo de uma nova vida privada que ganhou forma institucional no espaço fechado da pequena-família patriarcal (1984: 62).

Nesse contexto, Habermas (1984: 43) afirma que a família teve um papel, extremamente, relevante, pois historicamente, deu origem à privacidade, no sentido moderno de uma interioridade livre e satisfeita. Na esfera privada, o homem encontrava-se privado da mais importante das capacidades - a ação política. É importante destacar que Habermas tem uma visão diferente de “privacidade” e “privado”. Para ele, o termo “privado” significa o domínio onde reina a necessidade ditada pelas exigências da sobrevivência e, por isso, o exclui totalmente do círculo íntimo da esfera privada, do lar, ou seja, da subjetividade, como parte interior do privativo, já é, desde sempre, ligada ao público.



Segundo Habermas (1984: 62)

Embora a esfera do círculo familiar tivesse a pretensão de se ver como independente, como livre de todos os liames sociais, como reino da pura humanidade, ela está numa relação de dependência para com a esfera do trabalho e da troca de mercadorias.

Por isso, na concepção de *público*, Habermas o divide em três características: a primeira, na existência de uma espécie de sociabilidade que pressupõe algo como a igualdade de status. Pois, a definição de público não se concretizou efetivamente com os cafés, os salões e as associações, mas foi através destas instituições, que o termo público se institucionalizou enquanto idéia. A segunda está relacionada à problematização de setores que, até então, não eram questionáveis. Sendo assim, o universo, com que o público se ocupava criticamente, continuou a ser monopólio de interpretação de autoridades eclesiásticas e governamentais, não apenas só do público, mas também continua a sê-lo na filosofia, na literatura e na arte, ainda quando o desenvolvimento do capitalismo exigia de determinadas categorias sociais, um comportamento orientado por informações e cada vez mais informações. E a terceira parte diz respeito ao não fechamento do público, que, de acordo com Raymond Williams, Habermas demonstra que, no século XVIII, a "arte" e "cultura" passaram a ter o seu significado moderno de uma esfera separada da reprodução da vida social. Para Habermas, o mesmo processo que transpõe a cultura para a forma de mercadoria e, assim, faz dela, afinal, uma cultura já questionável.

As mudanças nos conceitos e nas funções do público e do privado na era moderna inserem-se na origem da própria mentalidade da época. Se nas origens, o conceito de privatizar introduzia a idéia de privação – entendida como privar o indivíduo de alguma coisa, inclusive de sua capacidade humana - na Modernidade, segundo Habermas (1984: 15-17), a partir da intensa valorização do individualismo, há o enriquecimento dessa esfera privada, que passa a se opor não mais ao conceito de público, mas ao de social.

Voltando à origem da civilização moderna, Habermas (1984: 15) constata que as categorias de público e privado têm origem grega e foram conduzidas ao Ocidente em sua versão romana. Na cidade-grega desenvolvida, a esfera da *polis*, comum aos cidadãos livres, era rigorosamente separada a esfera do *oikos*⁵, particular a cada indivíduo.

5 A palavra "oikos" quer dizer casa e, num sentido mais amplo, "ambiente" - de modo a deduzirmos: "local onde se vive".



Com o surgimento do Estado Moderno, há a nítida separação da esfera pública burguesa da esfera privada. E a medida em que a esfera pública se amplia, adquirindo aparentemente cada vez mais importância, sua função passa a ser cada vez menor. Com a definição da corte e da cidade como público, no século XVIII, Habermas explica um momento moderno que se constituiu na sociabilidade aristocrática da época: "À medida que a cidade assume suas funções culturais, modifica-se não só o sustentáculo da esfera pública, mas ela mesma se modifica" (1984: 47).

A estrutura básica da esfera pública burguesa do século XVIII, segundo Habermas, é representada, conseqüentemente, da seguinte maneira: 1) esfera privada e 2) esfera pública. A primeira compreende a sociedade civil burguesa em sentido mais restrito, portanto o setor da troca de mercadorias e do trabalho social; a família, com a sua esfera íntima está aí inserida. Enquanto que a segunda provém da literatura; ela intermedia, através da opinião pública o Estado e as necessidades da sociedade.

Esta "cidade", a que Habermas se refere, não é apenas economicamente o centro vital da sociedade burguesa. Diferente da política e da cultura à corte, a "cidade" se caracteriza como sendo a primeira esfera pública literária, que encontra as suas instituições nos salões, cafés e sociedades de comensais.

O fortalecimento e o domínio da cidade foram assegurados por novas instituições, que assumiram na Europa, do século XVIII, funções sociais semelhantes: formaram-se lugares como os cafés e salões, considerados centros de uma crítica, inicialmente, literária e, mais tarde, política, na qual objetivavam a efetivação de uma espécie de parceria entre os homens da sociedade aristocrática e os da intelectualidade burguesa. Segundo Habermas (1984: 48), a literatura assim como se firmou nos salões, também se fixou nos cafés, onde a intelectualidade se encontrava com a aristocracia em pé de igualdade. Portanto, o raciocínio nascido das obras de arte e política, logo se expandiu, com o objetivo de difundir as discussões políticas e econômicas.

Nesta época, continua Habermas (1984: 49-50), as transformações que ocorreram levaram à conclusão que nos salões, o espírito não é mais um serviço prestado ao mecenas; a "opinião" se emancipa dos liames da dependência econômica. O que antes era mantido apenas como "abrigos dos prazeres", logo se transformou em lugar de discussões e debates. É nas sociedades, nos clubes privados e mais tarde nos cafés que as correntes de opiniões se formam a partir de discussões animadas e controversas. Para Habermas, as instituições (cafés, salões e sociedades de comensais) que surgiram no Ocidente, no século XVIII, apesar de suas diferenças, tiveram um papel relevante, na medida em que organizaram as discussões permanentes entre as



peessoas privadas. Destas discussões originaram-se os primeiros textos de imprensa que se apresentavam como crítica de arte, de literatura, de imprensa, de teatro e de idéias.

A popularidade da arte em geral teve início na medida em que, elas ocuparam um lugar na visão crítica dos entendidos leitores. O círculo interior do novo público de arte é formado, na primeira metade do século XVIII, pelos "Amadores Esclarecidos", conhecidos como os "árbitros das artes".

Neste ambiente amador, crítico e apaixonado, principia uma imprensa especializada que, no século XIX, foi dividida em imprensa de opinião e em magazine literário e artístico. Tanto as revistas como os jornais passaram a ser instrumentos de crítica da arte; e mediante a apropriação dessa crítica filosófica, literária e artística é que também o público chega a se esclarecer, até mesmo a se entender como processo vivo de Iluminismo.

Com tais mudanças, nota-se também uma modificação nas relações entre autor, obra e público. Segundo Habermans, esses relacionamentos tornam-se íntimos entre pessoas privadas, onde os interesses de ordem psicológica se orientam para o "humano". Os escritores e romancistas passam a escrever suas obras, envolvendo o próprio leitor, que, ao fazer a leitura, se sentia parte dela.

Com isso, a leitura de romances se tornou hábito nas camadas burguesas. Estas constituíram o público que, daquelas antigas instituições dos cafés, dos salões, das comunidades de comensais, há muito já se emancipou e agora era mantido reunido através da instância mediadora da imprensa e de sua crítica profissional.

Os jornais e as revistas, surgidos no século XVIII, foram considerados instrumentos da crítica artística, além também de serem transformados pelo público dos cafés em objeto de suas discussões, mas também entendidos como parte integrantes deles; isto se mostra no dilúvio de cartas, das quais os editores semanalmente publicavam uma seleção, analisa Habermas (1984: 58-59).

Com o advento dos meios de comunicação e a difusão e ampliação do público-leitor, de acordo com o autor (1984: 198), o progressivo declínio de uma esfera pública literária é revelado e, conseqüentemente, com isso, está relacionado o próprio enfraquecimento da posição da crítica. Os *media* (imprensa, TV, rádio, cinema, cartaz publicitário), formam uma gigantesca máquina manipuladora e mediadora, uma vez que cativam o público enquanto ouvinte e espectador, mas também, afastam-lhe a emancipação, ou seja, o momento de poder expressar suas idéias e contestar outras. Com eles, modificam-se a forma de comunicação enquanto tal e sua atuação, se torna muito mais penetrante do que a imprensa.



Ao acompanhar a evolução dos *media*, Habermas comenta que num primeiro momento ela foi constituída de correspondências privadas com divulgação restrita, como as cartas; no segundo, a imprensa se constituiu por uma série de jornais manuscritos, que se tornaram públicos a medida em que passam a divulgar fatos que se transformaram na própria realidade; e finalmente os jornais tornaram-se instrumentos de divulgação das idéias. Agora, para o autor, não é mais o privado que adquire o caráter público, mas o público que se transforma em publicidade, isto é, em instrumento de divulgação de opiniões individuais, caracterizadas como sociais e submetidas a julgamento público.

Os *media* se apresentam como instâncias em que é possível voltar-se para necessidade e dificuldades pessoais, como autoridades para ajudar a viver: oferecem abundantes oportunidades para a identificação, para uma espécie de regeneração do setor privado a partir dos fundos disponíveis de serviços públicos de apoio e de aconselhamento (1984: 204).

Na análise de Gérard Leclerc⁶, no mundo dos *media*, a publicidade representa vários tipos de discursos: os privados, emitidos por uma empresa, organização e associação; os públicos, quando divulgados pelos *media*; os sociais, quando ligado ao marketing dos produtos; os culturais: quando repete e utiliza, em seu proveito, os valores estabelecidos e o consenso do grupo; os informacionais, quando se baseiam nos acontecimentos e pela criação destes acontecimentos e os simbólicos, quando expõe os valores privados e públicos, os sinais de prestígios partilhados pelo grupo, fazendo apelo quando entende necessário à tradição, os diferentes valores históricos enraizados na memória cultural, seja ela profana ou religiosa.

A informação global, com o fim do espaço e do tempo físico em matéria de difusão e transmissão das mensagens, não significa necessariamente uma mundialização cultural que, segundo Leclerc, é entendida pelo fim do individualismo, e das identidades coletivas, da pluralidade dos códigos culturais, das grades históricas e ideológicas através das quais os homens apreendem os acontecimentos e o mundo.

Segundo o autor (1999: 65), a informação situa-se em dois modos de emissão e de circulação dos discursos. No modo enunciativo, o qual Leclerc apelidou de culturais, divide-os: sociais e *media*. Os sociais são aqueles trocados por amigos, vizinhos, desconhecidos, as conversas quotidianas, os rumores; e os que são difundidos nos *media* são os jogos televisivos, as variedades, os divertimentos de todos os gêneros que preenchem a grelha de programas. Os enunciados sociais são elementos essenciais da reprodução social, comenta Leclerc. Ele descreve dois tipos de discursos e de

6 LECLERC, Gerard, 1999.



enunciados polissêmicos, cuja dimensão é dupla, sendo ao mesmo tempo social e cultural. Por exemplo: uma conversa pode ser social na sua função e no seu conteúdo, ou cultural. Pode ter por objeto o acontecimento (informação) ou o código cultural.

A função da informação, na visão de Leclerc, numa sociedade onde a ordem é instável e os acontecimentos perturbam incessantemente, uma estrutura sempre ameaçada pela intrusão do acaso desorganizador, é contribuir para a atividade do sistema cultural, para a ação de transformação da desordem em ordem, para a passagem do caos sempre possível para o cosmo simbólico, significativo e gratificante. Leclerc ainda afirma que esta informação é parte do sistema cultural e sua missão é adaptar a sociedade aos transtornos do acontecimento, esconder as brechas deixadas pelos acontecimentos na coletividade. O discurso informacional, para Leclerc, tem a função de ordenar, preservar, uma certa estabilidade do código simbólico. Para ele, a informação é, antes de mais nada, a atividade de imprensa, o trabalho do jornalista, cujos dois pólos essenciais são: a coleta de dados sobre os fatos, na forma de pesquisa ou de reportagem e a organização informativa, ou seja, a interpretação, a produção de sinais, a compreensão crítica.

Nas pesquisas de Leclerc, Molés é citado por dizer que os jornalistas ou os repórteres transformam os acontecimentos em mensagens, fazendo com que estas sejam rapidamente esquecidas ou então integradas na memória coletiva, na tradição cultural. Molés, ainda segundo Leclerc (1999: 70), mostra as relações complexas entre o acontecimento e o código cultural, além de fazer uma comparação entre a circulação da informação e das obras e das inovações culturais. Leclerc chega a discordar de Molés quanto ao valor e à permanência dos diferentes tipos de discursos sociais, pois afirma que a durabilidade das criações culturais não é a mesma que a das informações. "As informações são enunciados cujo valor reside primeiro e, antes de mais nada, na rapidez da sua transmissão e no primor obtido em relação aos coletores de informação concorrentes" (1999: 71).

A resposta para essa discordância de Leclerc está no fato de que a informação se desvaloriza rapidamente em curto prazo, ou seja, progressivamente, por obsolescência natural, ou brutalmente, através da difusão rápida, do desmentido ou o restabelecimento por acontecimentos ulteriores e subseqüentes. Isso ocorre em função da velocidade da sua transmissão. Conforme Leclerc, tanto o tempo de circulação quanto o valor da informação são irredutíveis à velocidade de difusão e ao valor dos saberes e das obras de criação cultural. Segundo ele, são necessários muitos anos para a construção de uma obra original, enquanto que o jornal deve ser fechado em algumas horas.



Ao citar o fundador da mediologia, Debray, Leclerc (1999: 71) diz que a informação se desvaloriza com o tempo, enquanto que o acontecimento se valoriza com ele. Por isso, como mesmo diz Debray, enquanto o jornalismo se interessa por tudo que terá menos valor amanhã do que hoje, a história cultural age exatamente ao inverso. Sua pretensão é sem dúvida estudar não somente a difusão das notícias e das informações no corpo social, mas também a das obras e das criações no mundo cultural. Ele classifica a informação e o discurso cultural em duas ordens distintas e a dois tipos de enunciados opostos, pois para ele, a obra cultural, seja ela literária ou científica, caracteriza-se pela importância e novidade da sua mensagem. Diferente da informação que se distingue pela sua falta de importância, pela natureza microscópica da perturbação que traz à ordem natural e social.

Ao contrário de alguns teóricos - considerados pessimistas com relação a esses dois tipos de discursos -, Leclerc (1999: 74) acredita que a imprensa *media* tem um papel bastante complexo e positivo. Na sua análise entre o saber e a informação expressa a seguinte reflexão: o saber possui um valor mais duradouro do que o da informação, uma vez que se refere a uma estrutura, a um sistema estável, a uma realidade duradoura, senão a invariantes; enquanto a informação se refere a um estado das coisas mais ou menos transitório, muitas vezes passageiro e evanescente.

Para melhor compreender as várias funções dos *media*, Leclerc compara a relação complexa que existe entre o código cultural e as mensagens. Sendo assim, na sua análise, cita Anthony Wilden, que observou que numa sociedade tradicional a diferença entre o código e a mensagem, entre os *media* e a informação, entre a cultura e as notícias, é mínima e tende a ser minimizada por todas as forças sociais e intelectuais. Segundo ele (1999: 75), o sistema cultural parece encarnar ao mesmo tempo a língua e a palavra, o código cultural e os discursos sociais, nos mesmos locais, nas mesmas instituições, nas mesmas mensagens. Diferente numa sociedade que conhece a tipografia, a separação entre o código e a palavra é bem visível.

Na sociedade moderna, aquela que conhece a escrita, a imprensa e os *mass media*, a redundância é especializada, delimitada, confinada a esta parte do código que diz respeito à memória coletiva, às instituições encarregues de acumular, armazenar a memória cultural (igrejas, arquivos, bibliotecas, *mass media*, publicidade, etc.) (1999: 75).

Leclerc (1999: 76), ao citar Pierre Nora, destaca que todas as sociedades procuravam se desenvolver através de sistema de informações que objetivavam excluir o acontecimento, a desordem. Para isso, foram criados dois meios: o da censura, que controla os *mass media*, fazendo-os ter um papel de pura reprodução do código ideológico através da propaganda; e o da multiplicação das informações, de criação

original. Segundo ele, Nora reproduz o papel do sistema de informação a uma função da censura, de eliminação do alcance real dos acontecimentos reais, das inovações e das mudanças efetivas à repetição conservadora pelo código cultural.

Outro teórico, chamado Marc Peillet (LECLERC: 1999: 77) fez a diferença entre as duas espécies de *media*: os *media* populares, ligados a desinformação como reforço ao conservadorismo da tradição cultural; e os *media establishment*, a oposição, pois são críticos e não compactuam com informação alienante. Para Leclerc, quanto ao problema da informação das classes superiores, é necessário dividi-lo em quatro níveis: o primeiro, os *media* de elite que visam informar, de forma autêntica e completa, sobre os acontecimentos importantes e de todas as ordens que modificam incessantemente o estado das coisas do mundo; o segundo, é o afastamento das classes populares desta informação essencial; o terceiro, a permissão de um novo exame crítico do código cultural e o quarto, o objetivo da imprensa elitista em informar o próprio poder, da forma mais completa, sobre o estado da sociedade civil, da opinião pública e sobre as mudanças que afetam a sociedade nacional e internacional. Para Leclerc não existe apenas um discurso, mas uma pluralidade de discursos informacionais.

Na atual sociedade liberal, estão em concorrência várias ordenações simbólicas e, portanto a abordagem da verdade supõe, da parte dos *gatekeepers* e primeiro, dos especialistas da informação, e depois da parte dos leitores de elite, uma comparação crítica permanente dos diferentes discursos informacionais que se referem a uma dada seqüência factual (1999: 78).

Na visão de Leclerc (1999: 79-80), o jornal é um mediador do acontecimento e do absoluto histórico. No século XX passou a ser conhecido como os *media* que não produzem e nem difundem unicamente informações. Para Leclerc (1999, : 81), a informação tem um papel de discurso cultural efetivo no seio de uma modernidade que pretende recusar qualquer transcendência religiosa, qualquer Absoluto sem ser o sentido da história.

Nas idéias de Leclerc, os discursos culturais estão bem acima dos discursos sociais, pois o simbólico domina as palavras banais, como dos discursos duradouros, que perduram em longo prazo, diferente dos enunciados sociais que estariam voltados a destruição, esquecidos pelo tempo.

A verdadeira oposição passa não pelos próprios discursos, mas entre os grupos sociais que valoriza, uns os discursos culturais (os clérigos, os intelectuais, as classes ditas cultivadas), os outros os discursos sociais (as informações, os acontecimentos desportivos, os *fait divers*, em vez das características da cultura popular) (LECLERC: 1999: 81-82).



Em sua análise, percebe-se que o acontecimento engloba simultaneamente o campo do relato jornalístico e dos relatos históricos. Sendo o primeiro, composto pelo código de datas (dia e horas), semana ou mês; e o segundo, pelo código que funciona com anos e, sobretudo com décadas e séculos. Para Leclerc é banal constatar que a distância - não as geográficas, mas sim as simbólicas, ou seja, emocional e sentimental, que funciona com a identificação e a empatia - determina em grande parte a perceptibilidade e a visibilidade do acontecimento.

Leclerc sustenta a idéia da existência da transcendência dos discursos culturais, não somente em relação aos enunciados sociais, mas também à própria sociedade e ao corpus cultural limitado e particular que a ordena num determinado momento. Os discursos culturais, para Leclerc (1999: 84), são reproduzidos no longo prazo da sociedade, ultrapassam no tempo e no espaço, o universo fechado da sociedade e as relações que nele se estabelecem e tecem a sua reprodução quotidiana. O código cultural transcende em muito o sistema dos media; é irreduzível à conversa repetitiva das informações.

Ao analisar, particularmente, o discurso do espaço público, a [circulação e distribuição dos enunciados, Leclerc prioriza a construção de uma classificação dos diferentes tipos de discursos e mensagens, com o objetivo de diferenciá-los em função da sua origem e do seu modo de circulação. Sendo assim, sua proposta não se limita em apenas distinguir as mensagens que são transmitidas através de conversas telefônicas ou dos discursos públicos.](#)

Para Leclerc (1999: 13) o texto impresso pode tão bem transmitir um documento administrativo como uma obra de um romancista; pode reproduzir tão bem uma informação como o texto fundador de uma religião. Por isso, tem o interesse de mostrar a real necessidade de se voltar às raízes da enunciação, à fonte da palavra humana, a reflexividade da natureza humana. Esse caminho pode estar associado na tradição filosófica ocidental, onde uma das noções mais universais e fundamentais é a da idéia. Em sua definição, declara que “Uma idéia é uma representação intelectual, uma opinião emitida por um indivíduo ou ainda uma visão das coisas partilhada por um grupo” (1999: 14).

Por esse motivo, Leclerc afirma que a origem das idéias está ligada ao passado, às experiências individuais, mas também, as crenças religiosas e as informações que são adquiridas no campo familiar e profissional. O papel da sociedade na construção e na formação das idéias é também bastante significativo na sua análise, pois, através das



escolas, das igrejas, ou mesmo, dos amigos, dos vizinhos e dos *media*, é que se têm o acúmulo de tais conhecimentos.

As nossas opiniões formam uma combinação singular de vivido e de saber, uma sedimentação de dados autobiográficos e de informações diversas tendo uma fonte exterior (1999: 14).

Portanto, baseado nessas colocações, Leclerc prioriza a parte externa e social das idéias que afetam os homens na sua vida cotidiana e pública. Daí a separação que o autor faz da origem das idéias, colocando-a numa situação independente à circulação das mesmas, na sociedade. Ao analisá-la socialmente, ele tenta apreender os mecanismos da sua transmissão e da sua interiorização, utilizando o modelo do antropólogo Dan Sperber, conhecido como modelo epidemiológico, que objetivava a construção de uma teoria da circulação das idéias a partir da hipótese do contágio.

Sperber, ao ser citado por Leclerc (1999: 15), comenta que as idéias podem ser transmitidas e propagadas de um indivíduo para outro, a ponto de invadirem populações, grupos inteiros de uma forma duradora. De acordo com Sperber, Leclerc relata que a cultura é feita, em primeiro lugar, de idéias contagiosas, mas também de comportamentos e de produtos cuja presença no meio partilhado de um grupo humano permite que as idéias se reproduzam.

Ao analisar a teoria de Sperber, Leclerc considera essencialmente a diferença entre as idéias que permanecem, puramente individuais (representações mentais) e as que estes transmitem a outros, podendo tornar-se públicas e coletivas (representações públicas). Leclerc descreve, baseando-se em Sperber (1999: 15), que os enunciados são representações públicas, representações mentais individuais que se tornaram públicas após terem transitado por canais sociais tais como o rumor e os *media*. Estas representações propagadas e duradoras constituem as representações culturais por excelência.

Na visão de Leclerc, algumas dessas representações são transmitidas lentamente e de geração em geração, como, por exemplo, a tradição e o modismo, sendo este típico da sociedade moderna, que, assim como se espalha rapidamente num grupo, tem também um rápido desaparecimento. Na tentativa de explicar o porquê de certas representações se revelarem contagiosas, ou seja, transmitidas no conjunto de um grupo, Sperber comenta que isso ocorre em função de conversas entre dois interlocutores (receptor e transmissor e vice-versa), que formam uma cadeia de transmissão. Desta forma, Leclerc mostra que o questionamento feito por Sperber, apesar de requerer uma homogeneidade dos discursos privados e das mensagens institucionais (uma vez partilhadas essas representações não há necessidade de existir



uma fronteira nítida entre elas), sobre o porquê de certas representações, e não outras, serem comunicadas e espalhadas no corpo social, está relacionado ao que ele reconhece sobre o estudo da difusão dos discursos, que está ligada a uma referência ao papel das instituições. Mas também não deixa de priorizar o seu mecanismo de contágio. “Uma instituição é um processo de distribuição de um conjunto de representações” (SPERBER citado por LECLERC: 1999: 17).

Referências bibliográficas

- ABDALA JR., Benjamin; CAMPEDELLI, Samira Youssef. **Tempos da Literatura Brasileira**. São Paulo: Ática. 6º ed, 1999.
- AGUIAR E SILVA. Vetor Manuel de. **Teoria da Literatura**. 7ª ed. Vol 1. Livraria Almedina Coimbra, 1986.
- BAKHTIN, Mikhail. **Questões de Literatura e de Estética: a teoria do romance**. Tradução de Aurora Fornoni Bernadini *et al*; 4ª ed. São Paulo: Unesp/Hucitec, 1998.
- BERNARDO, Cléo. Chove nos Campos de Cachoeira. **Folha do Norte**. 08 Out. 1948: 2.
- CÂNDIDO, Antônio. **Literatura e Sociedade: Estudos de Teoria e História Literária**. 8ª ed. São Paulo: T. A. Queiroz, 2000.
- GENETTE, Gérard. **Palimpsestes: La Littérature au second degré**. Paris: Seuil, 1982.
- _____. **Introdução ao Arquitexto**. Tradução: Cabral Martins. Coleção Vega Universidade. Éditions du Seuil. (confirmar)
- LECLERC, Gerard. **A sociedade de Comunicação: uma abordagem sociológica e crítica**. Tradução: Sylvie Canapé. Lisboa: Instituto Piaget, 1999.
- LINS, Álvaro. **Jornal de Crítica**. Rio de Janeiro: J. Olympio, 1943.