

INTERAÇÕES COMUNICATIVAS: A APREENSÃO DA GLOBALIDADE DA COMUNICAÇÃO UMA ANÁLISE DO CENTENÁRIO DE BELO HORIZONTE COMO FENÔMENO COMUNICATIVO. ¹

VERA REGINA VEIGA FRANÇA *

Introdução

Este trabalho busca refletir sobre uma questão aparentemente ultrapassada, e de certa forma dada por resolvida, que é a do estatuto teórico do objeto «comunicação» (da comunicação enquanto objeto de estudo, ou dos paradigmas da comunicação). Para empreender essa reflexão, tomámos como referência um estudo empírico sobre a cidade de Belo Horizonte, capital do estado de Minas Gerais, Brasil, voltado para a análise da comemoração de seu primeiro centenário.

Apresentado desta maneira, talvez nosso trabalho indique um alcance limitado, ou pelo menos um interesse apenas localizado e específico. Certamente não temos a pretensão de estarmos desenvolvendo uma reflexão altamente inovadora – mas reivindicamos a importância de estarmos revendo continuamente nossos pontos de partida, ou nossos pressupostos fundadores.

Na sociedade da comunicação, na era mediática que é a nossa, o fenômeno comunicativo aparece com uma tal evidência que nos perguntarmos sobre o que é a comunicação, ou de qual comunicação estamos falando, soa

* Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte.

¹ O presente texto é parte de um trabalho de pesquisa mais amplo, intitulado *Belo Horizonte, 100 anos depois: as novas condições da experiência*, desenvolvido por professores pesquisadores do GRIS – Grupo de Estudo e Pesquisa sobre Imagem e Sociabilidade, do Departamento de Comunicação Social da FAFICH/UFMG. A pesquisa mencionada acima contou com o apoio do CPq/UFMG; FAPEMIG; CNPq.

absolutamente anacrônico. A comunicação está aí – enquanto circulação da informação, globalização das imagens, suportes tecnológicos cada vez mais sofisticados, linguagens cada vez mais elaboradas ou inovadoras. No entanto, para além dos aspectos mais evidentes – para além da riqueza e exuberância do nosso objeto empírico, há que cuidar da construção do nosso olhar; da comunicação enquanto categoria teórica, perspectiva analítica.

A crítica política e epistemológica ao paradigma informacional (à fórmula lasswelliana) já foi feita; não é preciso retornar ao caráter restritivo da concepção transmissiva da comunicação. Igualmente desnecessário é enfatizar a limitação das categorias de emissor e receptor – tão ricas foram as contribuições sobre a natureza produtiva do consumo; sobre a recepção enquanto ato e lugar de apropriação e recriação; a emissão enquanto elo receptivo/produtivo de uma cadeia social que em muito a ultrapassa.

No entanto, se já abandonámos a concepção mecânica do processo comunicativo, a incorporação do pensamento da globalidade, da circularidade e do movimento – da complexidade¹, enfim – tem sido mais lenta. Nossos estudos com frequência continuam a isolar elementos (tratam do lugar da recepção, ou do suporte, ou dos discursos), a hipostasiar situações. A impossibilidade de lidar com um todo em movimento nos retém no particular, ou na descrição surpreendida do quadro das mutações (os quadros comunicativos que permanentemente mudam de lugar), sem avançar na construção dos novos paradigmas de apreensão reivindicados pelo quadro das insatisfações e críticas epistemológicas já formuladas. Esse é o desafio do qual nos ocupamos – sem a pretensão, repito, de termos alcançado as novas respostas. Mas firmes na convicção da importância da tarefa.

Para empreendê-la (e para enfrentar esse desafio), reivindicamos também a pertinência de nos ocuparmos das cenas cotidianas da vida de uma sociedade – lugar de inserção da comunicação mediática no âmbito da vida social mais ampla; da relação entre diferentes formas comunicativas; do embate entre interesses e lugares distintos, ocupados pelos múltiplos interlocutores que povoam a fala cotidiana de uma sociedade.

É nesse contexto que a análise de um evento pontual – a comemoração do centenário de uma cidade, por exemplo – pode ganhar um relevo, para além do conhecimento específico que ele promove, e iluminar uma reflexão mais ampla sobre a dimensão comunicativa que permeia e constrói as práticas sócio-culturais contemporâneas.

¹ Remetemo-nos aqui à discussão da complexidade tal como foi formulada por E. Morin (Veja-se a propósito: MORIN, E. *O problema epistemológico da complexidade*. Lisboa: Europa-América, 1983.

Um objeto de estudo: o centenário de Belo Horizonte

O ano de 1997, em Belo Horizonte, foi marcado pela comemoração de seu primeiro centenário. Criada no final do século passado para ser a nova capital do estado de Minas Gerais, a cidade foi inaugurada, em 12 de dezembro de 1897. Belo Horizonte surge como resultado de uma ação política e sob a égide do moderno: substituindo a velha e tradicional cidade de Ouro Preto, a nova capital cerrava as cortinas de nosso passado colonial e apontava para novos tempos – do progresso, da modernidade.

A marca de cidade planejada nunca a abandonou totalmente, e ao longo de sua breve história podemos perceber a convivência de dois movimentos distintos e mesmo antagônicos. De um lado, a persistente construção de projetos para a cidade. Sucessivas administrações municipais apresentavam e buscavam implementar novas propostas de cidade – sempre voltadas para o futuro. Ao mesmo tempo, e de forma quase imune a esses projetos, a cidade veio se construindo no dia a dia, obedecendo a uma outra dinâmica, menos planejada, implementada pelo uso cotidiano das pessoas, pela prática espontânea de ocupar e viver a cidade.

Pólo aglutinador dos mineiros² de várias regiões³, a «moderna» Belo Horizonte tanto acolheu bem a fidelidade às raízes interioranas de seus habitantes quanto manteve (para os olhares externos) seus ares provincianos.

A cidade sofreu grande desenvolvimento ao longo do século, sobretudo a partir da década de 70. Hoje, com seus mais de dois milhões de habitantes⁴, é a quarta maior cidade brasileira. Apesar desse crescimento, é tida como uma metrópole que mantém uma boa qualidade de vida para seus habitantes.

A comemoração de seus 100 anos de fundação não é um momento qualquer; a comemoração de um centenário é carregada de forte valor simbólico, oportunidade de resgatar os mitos de origem, tão caros à constituição do sentimento de identidade de um povo. Relembrar o momento da fundação unifica os membros de uma coletividade e fortalece o sentimento de pertença, reativando o sentimento que a cidade tem de si mesma.

Momento promissor no que se refere às suas dimensões culturais e identitárias, um centenário, no entanto, aparentemente não se evidencia

² Chamamos «mineiros» os habitantes do estado de Minas Gerais.

³ O estado de Minas Gerais é marcado pela existência de pólos regionais bastante demarcados do ponto de vista de suas características socio-econômicas e culturais, bem como dotados de histórias de povoamento diferenciadas.

⁴ A «grande Belo Horizonte», incluindo suas cidades-satélites, ultrapassa 3 milhões de habitantes.

ou não se destaca enquanto processo de comunicação. À primeira vista, ou numa análise mecanicista, um aniversário – e particularmente o aniversário de uma cidade – apenas subsidiariamente poderia ser tomado enquanto fenômeno comunicativo. Numa visão corrente (na esfera do senso comum, mas até mesmo no âmbito da reflexão acadêmica tradicional), na melhor das hipóteses, a comunicação aparece como aquela dimensão complementar e instrumental, posterior aos fatos e referindo-se à sua divulgação.

Assim, ao nos propormos empreender um estudo sobre o centenário de Belo Horizonte enquanto fenômeno comunicativo (ou na perspectiva da comunicação), duas questões básicas devem ser enfrentadas e respondidas: por um lado, em que medida a dimensão comunicativa desse evento é suficientemente relevante para justificar um estudo? Por outro lado, qual a concepção de comunicação adequada à compreensão mais abrangente desse fenômeno?

Nossa primeira proposição é a de que a dimensão comunicativa não é externa e posterior ao acontecimento aniversário, mas constitutiva dele.

Um aniversário não existe em si mesmo, não tem uma existência sensível e uma realidade própria, para além do acordo dos sujeitos que o instituem. Um aniversário é uma inscrição simbólica, um sentido construído e somente passa a existir quando esse «sentido» é realizado discursivamente, se converte em atitudes e eventos tangíveis e partilhados. Mais do que um fato cronológico, uma sucessão de temporalidades, um aniversário se refere ao «sentimento do aniversário». Trata-se, a rigor, de um fenômeno de representação constituído no espaço de uma ação reciprocamente referenciada. É instituído na intervenção de sujeitos que dizem e que, com seu dizer, criam e compartilham significados e constroem relações.

No caso do aniversário de uma cidade, e especificamente falando do aniversário de Belo Horizonte, esse dizer é assumido pelo poder público municipal. A Prefeitura, através da figura do prefeito, está investida do papel de «locutor autorizado»⁵, aquele que tem a legitimidade para dizer «em nome de». A fala da cidade é assumida pelo prefeito; a fala do prefeito se converte na fala da cidade. Esse investimento é intrínseco ao seu papel; a delegação da palavra já vem implícita na sua competência de chefe do poder local. É um investimento que é feito nas urnas, no momento de sua eleição; essa é a sua legitimidade primeira. Uma outra, mais invisível, se constrói (ou não) no efetivo desempenho dessa competência, e no reconhecimento, por parte dos membros da coletividade, de que de fato o chefe fala em seu nome.

⁵ Cf. CERTEAU, M. *A invenção do cotidiano*. Petrópolis: Vozes, 1994.

Daí decorre a importância das diferentes intervenções do poder público – pois é através delas que sua legitimidade se fortalece. Por isso também a importância – e a natureza política – da comemoração do centenário. O centenário de Belo Horizonte foi implementado pelo prefeito Célio de Castro, no primeiro ano de seu mandato ⁶. Assim, para a Prefeitura, instituir o aniversário era instituir uma fala e uma imagem da cidade, tanto quanto enunciar a si mesmo como seu legítimo representante. Através da comemoração, o poder público apresentava o seu projeto de cidade – o projeto através do qual ele buscava legitimação como representante da cidade.

Na verdade, o centenário começou a ser discutido e planejado com bastante antecedência pelas administrações municipais anteriores, através de sucessivas comissões. Mas sua realização, no ano de 1997, coube ao novo prefeito, e a comemoração foi definida através da forma de um «calendário de eventos». Por todo o ano de 1997, e estendendo-se até julho de 1998, foram inscritos eventos de diversa natureza – copa de futebol, conferências, exposições – aos quais se somou o epíteto «do centenário». Para o dia 12 de dezembro, data do aniversário, foram desenvolvidas atividades voltadas especialmente para a celebração do aniversário.

Paralelamente, e permeando a intervenção oficial, proliferaram iniciativas distintas e provenientes de diferentes setores. Do lançamento de livros à encenação de peças teatrais, da realização de eventos esportivos à promulgação de fatos e personalidades científico-intelectuais, tudo, no ano de 1997, relacionou-se, direta ou indiretamente, com o tema do centenário. Campanhas publicitárias da iniciativa privada aproveitaram o mote: evocações do passado de Belo Horizonte; o resgate de personagens e fotos antigas da cidade; a valorização dos anos de existência ⁷; jogos de linguagem em torno do número 100 (cem, sem) foram amplamente utilizados.

E, naturalmente, a comemoração – ou a temática do centenário – também passava pela mídia. Belo Horizonte tem uma importante mídia local / regional: três jornais impressos diários, inúmeras empresas radiofônicas, cinco emissoras de tevê. Certamente, o centenário foi pautado por essa mídia – diretamente, a partir da perspectiva da cidade que fazia 100 anos; ou pela cobertura de eventos comemorativos realizados na cidade (pelo poder público ou iniciativa privada).

⁶ Eleito no final de 1996, o prefeito tomou posse no dia 1º de janeiro de 1997. Já em sua campanha eleitoral, ele dizia: «Quero ser o mestre de cerimônia do centenário de Belo Horizonte».

⁷ Alguns exemplos de mensagens publicitárias veiculadas: «Drogaria Araújo: 94 anos junto com Belo Horizonte»; «Nos cem anos de Belo Horizonte, o Colégio São José está há 60 anos educando a infância e a juventude»; «Construtora Tenda: há 28 anos ajudando a construir uma cidade melhor».

Por todos esses aspectos, o evento centenário pareceu-nos uma situação promissora pela amplitude – um evento que dizia respeito à cidade como um todo e envolveria, potencialmente, grande diversidade de interlocutores, várias temporalidades e imagens da cidade.

Essa «potencialidade» do objeto, por sua vez, remete à segunda questão: qual o modelo adequado para sua análise comunicacional? Melhor dizendo, como percebê-lo enquanto fenômeno comunicativo?

A escolha paradigmática

Já a seleção e a configuração de um objeto de estudo – a definição de um problema – nos situa dentro de uma determinada perspectiva de análise, indica a assimilação de uma determinada maneira de ver e apreender a realidade – marca uma escolha paradigmática. Ao optarmos pela análise de uma situação de comunicação, e não de um dos elementos mais demarcados dessa situação (tais como a emissão das mensagens, ou as próprias mensagens), indicamos ou construímos, neste movimento, uma forma de apreensão e tratamento dos fenômenos comunicativos distinta de outras mais frequentemente utilizadas.

Se nos situássemos no âmbito do paradigma informacional, estaríamos tomando a comunicação como um processo de transmissão de mensagens de uma fonte até um receptor. Trata-se, nesse modelo, de um processo linear, que tem como ponto de partida o emissor, ou a esfera da produção, e como núcleo de seu interesse a maior ou menor eficácia do processo transmissivo (o correto recebimento por parte do receptor, a realização dos efeitos planejados).

A adoção desse paradigma implicaria, de imediato, uma formulação distinta do problema – não seria uma análise do centenário de Belo Horizonte enquanto fenômeno comunicativo, mas já o seu enquadramento dentro de um modelo pré-fixado: um processo de transmissão em que um *emissor* (no caso, o poder público municipal, que assumiu o papel de promotor do evento) cria *mensagens* (elabora o conteúdo e a formatação da comemoração) que são divulgadas através de *meios de comunicação* (veículos próprios e a mídia em geral) a *receptores* específicos (o cidadão de Belo Horizonte mas também a comunidade externa), com maior ou menor eficácia.

Ora, se, como indicamos em nossa descrição inicial do problema, o poder público assumiu de fato o lugar de «locutor autorizado» do evento, por que não seria essa a formulação correta de nossa indagação? Em que ela se distingue da outra (que pretendemos estar elaborando)?

A diferença é sutil, mas substantiva. A formulação de uma pergunta traz os indícios da resposta a ser buscada; neste caso (com a utilização do

paradigma informacional), pergunta-se pela transmissão e pelo recebimento; outros aspectos, que não se remetam diretamente a essa questão, são descartados. Por exemplo, a natureza da interlocução realizada; a relação dos belorizontinos com o aniversário (que seria o «conteúdo» ou substância da interlocução); a forma da comemoração e a maneira como essa forma configura o lugar dos interlocutores, etc. Nesse modelo, os interlocutores são definidos pelas funções que exercem – emitir, receber – e a matriz analítica não permite que sejam vistos na sua natureza de sujeitos que acumulam outros papéis e cuja intervenção e influência ultrapassam as funções de emitir/receber. Uma análise do centenário que busca analisar o comportamento e participação dos habitantes da cidade e vai tomá-los simplesmente como potenciais receptores das mensagens do poder público, claramente estaria promovendo um tratamento redutor e simplista.

A sequência do modelo é linear e cronológica – começa com a emissão do emissor. No caso estudado, tomar como ponto de partida a produção de mensagens sobre o aniversário seria promover um corte artificial e arbitrário (apagando a cadeia sequencial na qual essas mensagens não seriam senão um elo).

Enfim, o paradigma informacional seria uma matriz teórica que não levaria muito longe nosso esforço analítico. E, certamente, se fosse esta nossa concepção de comunicação, dificilmente veríamos no centenário de Belo Horizonte um objeto relevante ou sequer passível de ser estudado na perspectiva da comunicação⁸.

A crítica política e epistemológica ao paradigma informacional começou a esboçar um novo modelo comunicativo – o dialógico⁹. Ressaltando a dupla capacidade humana de emitir e receber, e comprometido com a prática democrática, através do pleno exercício da capacidade expressiva dos homens, esse modelo estabelecia uma distinção entre relações informativas (unilaterais, baseadas num esquema transmissivo) e relações comunicativas (bilaterais, assentes num esquema de troca e igualdade de condições entre os pares)¹⁰.

⁸ O que não significa dizer que esse modelo é estéril, em qualquer situação. Tudo depende do objetivo, daquilo que se quer conhecer. A Prefeitura, por exemplo, poderia querer saber como foi sua intervenção e patrocinar um estudo para identificar sua eficácia; a relação entre seus objetivos, formas desenvolvidas e resultados alcançados. Nesse caso, o uso do modelo poderia ser pertinente.

⁹ O modelo da comunicação dialógica, baseado na simetria entre os polos da relação, não chegou a se constituir propriamente como um paradigma, mas apenas como um outro modelo, estendendo as funções dos sujeitos comunicantes.

¹⁰ A distinção entre informação e comunicação é trabalhada, entre outros autores, por PASQUALI, A. *Sociologia e comunicação*. Petrópolis: Vozes, 1973; RODRIGUES, A. D. *Comunicação e cultura. A experiência cultural na era da informação*. Lisboa: Presença, 1994.

Se nos situássemos nessa perspectiva para promover a análise do centenário de Belo Horizonte, a formulação do problema também seria bastante distinta; mais do que a produção de mensagens sobre o evento, o modelo iria orientar a identificação e análise da efetiva participação dos belorizontinos na construção das comemorações, seu papel de co-emissor das mensagens a respeito do centenário.

Também esse modelo é limitador, pois exclui tudo o que não se refere à efetivação da troca, da bilateralidade da relação dialógica. Certamente essa análise levaria à constatação de uma ausência – da não comunicação. Os cidadãos não foram emissores do centenário – ou pelo menos não em igualdade de condições com o Poder Público; não dividiram com ele a construção das comemorações. Porém, além da crítica e da denúncia da exclusão, esse modelo analítico não traria muitas respostas. Os belorizontinos almejavam uma participação maior? O aniversário suscitava a palavra? Houve um cerceamento da fala, ou uma impossibilidade operacional? Como fazer dialogar em igualdade de condições uma sociedade de massa? Tais questões não encontram acolhida no modelo dialógico estrito.

Mais recentemente, o quadro de estudos sobre a comunicação tende a priorizar ou a se afunilar no estudo dos meios. Partindo da importância crescente e papel de determinação exercido pela mídia no cenário contemporâneo, estudar a comunicação é estudar o funcionamento dos meios. Essa priorização da mídia enquanto aparato socio-técnico (instância de determinação) praticamente leva ao abandono do processo comunicativo – minimizando a intervenção dos interlocutores, reduzindo a apreensão da dinâmica de produção de sentidos e fechando a compreensão da extensa «prosa» do mundo que acontece paralelamente – marcada ou à revelia da intervenção dos meios de comunicação. Tal abordagem traria como objeto de nossa análise o cenário da (re)construção mediática do centenário; a adequação da comemoração à lógica da mídia. Não é preciso avançar muito na discussão dessa perspectiva, ou dos limites analíticos que ela imporá ao nosso estudo, na medida em que ela mesma, por seu próprio enquadramento, excluiria de antemão a análise de um fenômeno cuja natureza não fosse prioritariamente mediática. Em outras palavras, o objeto «centenário» teria pouca relevância numa perspectiva que afirmasse a centralidade da mídia, para além de outros aspectos da realidade social.

Ao buscar outro enfoque, não se trata, obviamente, de negar ou sequer minimizar o peso e a importância da mídia na sociedade contemporânea. Acreditamos, no entanto, que a força propulsora dos meios de comunicação enquanto instância de produção de mensagens e construção das realidades não deve obnubilar a globalidade do processo comunicativo e sua natureza

de intermediação ¹¹. A mídia não detém a exclusividade da produção dos cenários sociais, e a comunicação não se resume aos meios de comunicação ou a uma função transmissiva, mas compreende a constituição dos discursos e o espaço da interlocução. Conforme realça R. Débray, lançando a proposta de uma «midiologia» ¹², interessa-nos «estudar as mediações pelas quais uma idéia se torna força material». No caso da comemoração do centenário de Belo Horizonte, interessava-nos compreender como ele se constituiu e se realizou, enquanto prática simbólica partilhada: a materialização da idéia do centenário, o aparecimento dos interlocutores, seu desdobramento em intervenções específicas. E foi este tipo de interesse e formulação que conduziu o recorte de nosso objeto – uma possível mobilização e efervescência criadas em torno e a partir da idéia do centenário, em que enunciadores (poder público em proa), discursos, meios de comunicação e dia-a-dia da cidade se misturam e se repercutem mutuamente.

Assim, como dissemos inicialmente, a escolha de um objeto de estudo e a delimitação de um problema já «traí» uma perspectiva de origem, uma matriz paradigmática. E se não trilhamos os caminhos mais usuais (ou mais valorizados), é importante, neste momento, apresentar de forma mais explícita os pressupostos que orientaram a construção do problema e ajudaram a formular as indagações a serem respondidas pela pesquisa.

Nossa concepção da comunicação e nosso modelo analítico se constroem tomando como ponto de partida alguns pressupostos:

- A escolha de uma «situação de comunicação» indica inicialmente a atenção ao objeto sensível e à forma como ele se dá a ver (ao seu «aparecimento»). Trata-se aqui de um modelo compreensivo, voltado para os fenômenos da realidade, ou para a «dimensão de realidade» dos fenômenos estudados.

¹¹ Como nos adverte L. Quéré, o pensamento ocidental esteve muito tempo marcado pelo paradigma epistemológico (por uma concepção representacionista e cognitivista do homem e do mundo), atribuindo à comunicação uma função de produção e transmissão de conhecimentos sobre o mundo e as pessoas. É preciso substituí-lo pelo paradigma praxiológico, fundado na concepção da «construção social da realidade»; «articulado à problemática da construção intersubjetiva da objetividade, da subjetividade e da socialidade, e a uma concepção constitutivista da linguagem, da expressão e da cognição.» (QUÉRÉ, L. «D'un modèle épistémologique de la communication à un modèle praxéologique». In: *Réseaux* n° 46/47. Paris: Tekhné, mars-abril 1991. p. 72).

¹² Para Debray, «a midiologia tem por objetivo, através da logística das operações de pensamento, ajudar a clarificar esta questão lancinante, irresolúvel e decisiva declinada – conforme se é escritor, etnólogo ou moralista – como 'o poder das palavras', 'a eficácia simbólica' ou ainda 'o papel das idéias na história'. (DEBRAY, R. *Midiologia geral*. Petrópolis: Vozes, 1993, p. 14).

- O tratamento de um fenômeno empírico coloca, a seguir, a necessidade de identificação de seus contornos. Naturalmente, um estudo de caso implica sempre um recorte do objeto, e esse recorte marca uma intervenção do pesquisador. Mas queremos ressaltar também que esse recorte e enquadramento devem ser buscados; devem ser orientados pelo próprio objeto e não definidos aprioristicamente por um modelo formalizador ¹³ (como acontece no caso do paradigma informacional, em que se busca o emissor, a mensagem, o receptor, os efeitos).
- Um objeto comunicativo – uma situação de comunicação – é parte de uma situação maior. Está inserido numa realidade que o atravessa e ultrapassa. A extração do objeto de estudo do seu contexto – necessária para a operacionalização da análise – é um ato arbitrário. O pesquisador deve estar atento, para que esse processo de extração e transporte não seja esquecido, para que o objeto não seja tomado como um em si definitivo, mas possa ostentar as marcas deixadas pelo descolamento de sua situação de origem.
- Essa inserção num contexto mais amplo ajuda também a qualificar melhor nosso interesse, voltado não exatamente ou não apenas para o interior do processo comunicativo, mas para sua inserção na vida social. Interessa-nos a dimensão comunicativa que permeia as muitas práticas sociais. Em síntese, a interseção. Por esse caminho, nos afastamos da concepção de uma comunicação auto-centrada, mas também de uma visão meramente instrumental (a comunicação que está a serviço de), buscando alcançar sua natureza constitutiva – sua presença viva no campo da experiência e da realização do viver social.
- Esse voltar-se para a inserção na vida social não deve, no entanto, obscurecer ou nos desviar da especificidade comunicativa buscada (enfraquecer a perspectiva comunicacional) – que está assentada na presença dos sujeitos interlocutores e na construção dos discursos.
- A comunicação supõe a co-presença referenciada de interlocutores; a noção de sujeito interlocutor não exclui, mas ultrapassa, as funções específicas de emitir e receber. Identificados os interlocutores, cabe perguntar sobre o exercício dessas funções (quem emite, quem recebe, como se constrói o fluxo, como essas funções são desempenhadas). Mas é igualmente necessário indagar também sobre os outros papéis que os interlocutores carregam para aquela situação

¹³ Ao modelo formalizador (que enquadra o objeto), contrapomos a apreensão da «forma» do objeto estudado (no sentido que Simmel concede ao conceito de forma).

específica, identificar o seu lugar; captar suas expectativas; perceber seu desempenho.

- A especificidade dessa relação interlocutiva é a produção / circulação / interpretação de formas discursivas. As interações sociais são eminentemente relações de sentido (o homem age no mundo orientado pelo sentido que confere à sua própria ação); no bojo de outros tipos de interação, a distinção das interações comunicativas reside na materialização das formas simbólicas, na objetivação da subjetividade dos sujeitos (ou expressividade) através da linguagem, com vista à partilha do sentido, à construção de uma intersubjetividade prática.
- Essas formas discursivas cristalizam, em grande medida, a posição e o movimento dos interlocutores, bem como a dimensão simbólica instaurada em tal contexto relacional. Elas nos dizem da relação; mas são também o desenho da relação e a intervenção singular dos interlocutores que vão acionar outros elementos de sentido, ampliadores/ativadores da potencialidade simbólica dos discursos.
- É pelo caminho dessa produção discursiva, da instauração de uma dinâmica de criação de sentidos e pela intervenção ativa dos interlocutores que entendemos as relações comunicativas enquanto momento de construção do social. A comunicação realiza o estar com o outro; constitui o mundo comum, partilhado – é atividade organizante da objetividade do mundo, da subjetividade dos sujeitos.¹⁴

Desenho metodológico e resultados da pesquisa

Tais pressupostos orientaram o desenho metodológico da pesquisa de campo, através da distinção e tratamento de três instâncias (três interlocutores do processo):

- o poder público (a Prefeitura de Belo Horizonte), que vinha emergindo na cena pública desde momentos anteriores ao ano da comemoração, como um anunciador da festa, aquele que convida a cidade para o aniversário dos seus 100 anos;
- a mídia, enquanto instância de mediação privilegiada, lugar de construção de imagens e linguagens, construtora do centenário enquanto enunciação e narrativa de um cotidiano que pressupúnhamos modificado pelo recorte temporal do centenário;

¹⁴ Cf. discussões desenvolvidas por QUÉRÉ, *op. cit.* Ver também BERGER, P. e LUCKMANN, T. *A construção social da realidade*. Petrópolis: Vozes, 1985. 6^a ed.

– os cidadãos, personagens comuns que realizam a cidade pelo uso identitário que a materializa enquanto lugar, construtores do cotidiano urbano belo-horizontino e que emergiram na cena urbana, como possíveis participantes e configuradores de formas variadas para essa comemoração.

Cada uma dessas instâncias nos forneceu a base empírica (através de recortes específicos) para a coleta de dados. Num primeiro movimento analítico, cada uma delas foi tratada enquanto instância de produção discursiva, lugar de produção/compartilhamento de sentidos; em cada uma também buscámos a presença co-referenciada do outro. No segundo momento de análise, buscámos promover o entrelaçamento e confronto dessas instâncias.

Nos limites deste texto (em que nos voltamos prioritariamente para a discussão da concepção de comunicação) não cabe nos estendermos muito na exposição dos resultados. De forma sintética, resgatamos aqui alguns aspectos mais gerais encontrados, bem como ressaltamos alguns elementos de nossa interpretação.

À primeira evidência, os resultados pareceram contrariar a idéia da existência da comunicação (ou das características que marcam sua realização). O poder público (a prefeitura de Belo Horizonte), que tomou a iniciativa de comemorar o aniversário, propor o formato da comemoração e ativar os demais atores do processo, teve uma atuação ambígua, dirigindo-se ora à cidade, ora a um público externo (numa perspectiva de vender uma imagem «internacional» de Belo Horizonte), ora à mídia (buscando alcançar visibilidade). Também o apelo aos cidadãos foi marcado por ambiguidades – ao mesmo tempo que chamava a população para assumir o papel de sujeito da festa, conferia-lhe, na proposta formulada, um mero papel de audiência/recepção.

A cidade, de seu lado, não se sentiu parte; não partilhou a idéia do centenário, não se mobilizou. Os cidadãos se mantiveram distanciados e apáticos. De tal forma que não podemos dizer de um processo de troca, negociação; ou pensar que o centenário assumiu um caráter de espaço público – lugar de intervenção/manifestação dos diferentes atores sociais (sujeitos políticos da cidade). Mas se os cidadãos não foram «sujeitos», também não foram objetos do processo. Viveram o ano que Belo Horizonte fez 100 anos e tiveram algumas opiniões sobre isso, sobre a cidade, sobre a comemoração.

A mídia falou do centenário, cobriu os eventos – mas não exatamente dentro da mesma perspectiva (e estratégia) enunciada pelo poder público. De tal maneira que torna-se difícil apreender e alinhar uma narrativa do/sobre o centenário, a partir das várias vozes que se entrecruzam nesse momento.

Ao pensar nas múltiplas imagens da cidade potencialmente acionáveis pelo centenário, antevíamos uma efervescência de sentidos, uma espessura simbólica que não se deu. Os eventos do calendário, as imagens e apelos construídos não tocaram num fundo comum de experiência – a ponto de nos perguntarmos: qual seria esse fundo comum? Se a comunicação é uma atividade organizante da objetividade do mundo social, que mundo comum foi constituído pelo centenário? Ele significou de fato uma intervenção na cidade? Se a comunicação é atividade organizante da subjetividade dos sujeitos, é possível pensar que a cidade imaginária (essa que existe enquanto representação ou palco do vivido) é arranhada por essa possível interlocução? É possível falar de uma presença e intervenção das várias instâncias, reciprocamente referenciadas, quando aparentemente o poder público se dirige a um belorizontino abstrato, e quando os belorizontinos «concretos» reagem com indiferença aos apelos de participação? Finalmente, tais considerações não nos levariam a concluir pela inexistência da comunicação?

Ora, ao empreender um estudo sobre a comunicação, não se pode confundir e misturar dois sentidos diferentes do termo comunicação; uma coisa é recortar e analisar um dado fenômeno social numa perspectiva comunicacional (encará-lo na sua natureza comunicativa); outra é a maior ou menor comunicabilidade percebida, a qualidade (natureza) das relações comunicativas encontradas.

Dito de outra forma, o termo «comunicação» comporta um duplo sentido. Numa primeira acepção, ele nomeia um tipo de prática (uma troca de mensagens entre duas ou mais pessoas) e indica um resultado («nós chegamos a um entendimento a partir do meu dizer»). Numa segunda acepção, ele refere-se a uma construção analítica, que nos permite recortar e analisar essas práticas e a maneira como elas se constróem; perceber a intervenção e a particularidade de cada elemento, assim como a particularidade que tais elementos conferem às situações singulares que são vividas. É pelo caminho dessa segunda alternativa que se dirige nosso esforço.

Conforme nossa discussão anterior, a comemoração do aniversário foi uma construção simbólica, um sentido construído, uma produção discursiva. Só aconteceu porque foi «dita». Ela foi dita enquanto calendário de eventos, enquanto marca, slogan, discursos; identificámos estratégias de dizer, formas discursivas, imagens. Essa produção se deu tendo um vista a hipótese da recepção; havia a projeção de um «outro» – ainda que difuso, ou ideal. Os cidadãos, por sua vez, receberam o convite, foram informados e alcançados pela estratégia (reconheciam a marca, sabiam que Belo Horizonte fazia 100 anos, souberam de um ou outro evento, compareceram a alguns, conforme seu interesse específico). E responderam (ou entraram na interlocução) de outra forma. Eles contrariaram as expectativas do

poder público – que queria uma ampla mobilização; reagiram com grande indiferença às propostas formuladas e disseram outras coisas.

Enquanto prática comunicativa, a experiência do centenário de Belo Horizonte certamente não se traduziu numa efetiva interlocução dialógica, numa construção e sedimentação conjunta de significados (como foi analisado com mais detalhes em outros trabalhos do projeto «*Belo Horizonte, 100 anos depois: as novas condições da experiência*»). No entanto, constituiu-se ainda assim em um objeto de estudo bastante rico – quando nos permitiu compreender que também de ruídos, de vácuos e contradições se constrói a prática do dizer social de uma sociedade.