



Acontecimentos públicos, acontecimentos privados: a estrutura visível dos acontecimentos na mídia ¹

Public events, private events: the visible structure of media events

Lígia Campos de Cerqueira Lana ²

RESUMO Fatos aparentemente irrelevantes a respeito da vida íntima de celebridades compõem a agenda da mídia contemporânea. Esses acontecimentos possuem grande repercussão coletiva a despeito de seu fraco interesse público, trazendo a necessidade de se repensar a oposição rígida entre acontecimentos públicos e privados. Ao ganharem visibilidade nos meios de comunicação, os acontecimentos são reconhecidos por meio de um trabalho de tornar concreto aspectos específicos de sua constituição. A focalização de determinados temas se relaciona ao engajamento em uma teia causal de sentidos. Acontecimentos públicos e privados, quando submetidos ao regime de visibilidade, possuem estruturação semelhante, condicionada à sua configuração sensível no mundo e à atividade exploratória dos envolvidos em seu desenrolar.

PALAVRAS-CHAVE Acontecimento; Visibilidade; Público e Privado

ABSTRACT Facts apparently irrelevant about the private life of celebrities compose the agenda of contemporary media. Despite its weak public interest, these events have major repercussions in collective life, repositioning the rigid opposition between public and private events. When events gain publicity in the media, they become relevant through a work to make visible specific aspects of its constitution. The targeting of certain issues is related to causal network of meanings. Public and private events, when subjected to the regime of media visibility, have a similar structure, conditioned to its configuration and activity of individuals involved.

KEYWORDS Event; Visibility; Public and Private

1 Este artigo apresenta resultados parciais de minha tese de doutorado defendida em fevereiro de 2012 junto ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG).

2 Doutora em Comunicação (UFMG) com estágio sandúiche na École des Hautes Études en Sciences Sociales (EHESS). Pesquisadora associada do Grupo de Pesquisa em Imagem e Sociabilidade (<http://www2.fafich.ufmg.br/gris/>). Professora contratada do curso de Publicidade da PUC-Minas. E-mail: ligialana@gmail.com



Acontecimentos relativos à vida íntima das personagens públicas, como casamentos, nascimentos, separações e traições, compõem narrativas de destaque na mídia contemporânea. Tradicionalmente, esses eventos possuíam um espaço específico: as revistas de fofoca, a coluna social ou a seção de variedades. A difusão do tema pela mídia indica que as pessoas comuns vêm se interessando cada vez mais por esse tipo de acontecimento, que apresenta assuntos que não interferem diretamente na vida pública. Ao contrário de ocasiões como uma eleição, o lançamento de um pacote econômico ou um processo de impeachment, eventos ligados à vida privada das celebridades normalmente não exigem a intervenção do poder público, de movimentos sociais ou de especialistas. Ainda assim, percebe-se que há muita mobilização social em torno desse conteúdo.

A obra *The public and its problems* de John Dewey, publicada em 1927, ajuda a elucidar as fronteiras entre ações públicas, privadas, individuais e sociais. Segundo o autor, o termo público se refere a atividades que interferem na vida de pessoas não diretamente engajadas naquela situação, trazendo consequências mais amplas e passíveis de serem reguladas. O atributo privado caracteriza ações que concernem apenas aos indivíduos diretamente envolvidos, com consequências limitadas. Já quando se fala em individual, considera-se uma ação feita por uma só pessoa; o termo social significa ações feitas em conjunto por duas ou mais pessoas. A partir da definição, Dewey aponta um erro comumente cometido ao se estabelecer a equivalência entre os dois pares de termos. “Muitas ações privadas são sociais”³ (DEWEY, 1954: p.13), ou seja, não existe conexão direta entre o caráter privado de uma ação e sua execução individual. Atividades privadas podem ser realizadas por um conjunto de indivíduos,

ações públicas têm a possibilidade de serem desenvolvidas individualmente e assim por diante.

Uma leitura estrita da distinção *deweyana* entre público e privado confirma a ausência de características públicas nos acontecimentos relacionados à vida íntima das personagens da mídia. Nesses eventos, não haveria um problema público ou consequências imediatas para a vida das pessoas comuns, sugerindo a fraca interferência em questões publicamente importantes. No entanto, a mobilização social diante desse tipo de conteúdo indica um fenômeno contemporâneo que demanda uma nova leitura sobre os limites entre questões públicas e privadas. Os acontecimentos biográficos da trajetória íntima de pessoas públicas não provocam uma experiência pública no sentido restrito, mas são indícios de novos formatos de ações, o que nos permite uma extensão para além do uso autorizado por Dewey da busca de melhor compreender o quanto acontecimentos da vida privada dessas personagens afetam o universo das pessoas comuns.

Os tipos de acontecimentos

A primeira questão a ser explorada relaciona-se ao próprio conceito de acontecimento. Um acontecimento pode ser entendido como toda ação imprevisível que marca uma ruptura com a normalidade do dia-a-dia. Como aponta Louis Quéré (2005), existe uma infinidade de categorias de acontecimentos: alguns ocorrem de maneira surpreendente, outros são esperados; há aqueles que não causam muito impacto, os eventos da vida cotidiana, em contraposição aos acontecimentos marcantes, “ao ponto de poderem tornar-se referências numa trajetória de vida, individual ou colectiva, na medida em que correspondam a experiências memoráveis” (QUÉRÉ, 2005: p.60). Os acontecimentos podem possuir desdobramentos

3 “Many private acts are social.” (tradução nossa).



muito variados, dependendo de sua constituição.

Há um primeiro tipo de acontecimento que pode ser considerado público. Retomando a acepção de Dewey, nesses casos, a repercussão trazida para aqueles que o experimentam refere-se aos temas que dizem respeito ao bem comum, ao debate em torno de assuntos que devem ser regulados pelo controle de todos:

(...) um certo número de acontecimentos retêm a atenção pública na medida em que, em sua configuração, inserem problemas públicos, quer dizer, problemas suscetíveis de afetar a situação de uma coletividade e que exigem ser tratados por uma ação pública; ou, mais exatamente, certas ocorrências são os acontecimentos que são na e para uma coletividade na medida em que são apreendidos e configurados (um acontecimento é sempre figura sobre fundo) sobre um pano de fundo.⁴ (BARTHÉLÉMY; QUÉRÉ, 1991: p.12).

Esse tipo de acontecimento ajuda a compreender como se formam ações sociais diante de questões públicas, problemas cujas consequências associam-se a campos especializados e suscitam o posicionamento de instituições políticas e sociais.⁵ Os acontecimentos públicos promovem ações em comum que configuram a atenção das pessoas quando se deparam com temas que dizem respeito

4 "(...) un certain nombre d'événements retiennent l'attention publique en tant qu'ils sont configurés comme posant des problèmes publics, c'est à dire des problèmes susceptibles d'affecter la situation d'une collectivité et exigeant d'être traités par une action publique; ou, plus exactement, certaines occurrences sont les événements qu'elles sont dans et pour une collectivité, pour autant qu'elles sont appréhendées et configurées (un événement est toujours figure sur fond) sur un arrière-plan." (tradução nossa).

5 Alguns exemplos: a profanação do cemitério *Carpentras* na França em 1990 (BARTHÉLÉMY; QUÉRÉ, 1991), a controvérsia dos fundos judeus na Suíça entre 1995 e 1998 (TERZI, 2005) e o caso República e as manifestações separatistas nos Açores, em Portugal (BABO-LANÇA, 2006).

a todos.

Há um segundo tipo de acontecimento cuja repercussão não interfere no bem comum, não criando ou debatendo problemas públicos. É justamente este o caso de eventos relativos à vida íntima das personagens públicas. Alguns protagonistas desses acontecimentos são discretos e impedem a sua divulgação; já outros fornecem incessantemente conteúdos sobre a própria vida para serem anunciados na mídia. Os acontecimentos do segundo tipo não provocam uma focalização da atenção interessada em compreender problemas públicos. Eles não interferem diretamente no cotidiano da coletividade, não demandam posicionamentos de instituições tendo em vista o impacto na vida dos indivíduos comuns. Mesmo sem trazer questões que dizem respeito a todos, os acontecimentos ganham relevo próprio.

Nos anos 1960, Daniel Boorstin classificou esses eventos como "pseudoacontecimentos", eventos falsos, deliberadamente criados pela mídia para se tornarem bons produtos a serem divulgados. "Sua relação com a realidade de uma situação é ambígua. Seu interesse nasce sobretudo desta ambiguidade (...) 'O que isto significa?' tem uma nova dimensão."⁶ (BOORSTIN, 1992: p.11). Na perspectiva de Boorstin, a falsidade desses acontecimentos reside no poder da mídia para criar fatos autorreferenciais, que não se conectariam à sua realidade exterior. Umberto Eco (1984) trouxe uma perspectiva semelhante ao analisar o casamento de Charles e Diana nos anos 1980, que teria sido planejado por "efeitos telegênicos", criados para a transmissão televisiva.

Hoje em dia, o ponto de vista parece ainda adequado. Acontecimentos como o casamento de uma personagem pública podem ser programados

6 "Its relation to the underlying reality of the situation is ambiguous. Its interest arises largely from this very ambiguity. (...) 'What does it mean?' has a new dimension. (tradução nossa).



para a transmissão, e a verdade do evento muitas vezes se submete ao dispositivo midiático. No casamento da apresentadora de televisão Luciana Gimenez, por exemplo, o noivo Marcelo Carvalho cuidou pessoalmente das notícias veiculadas em sua emissora, a *Rede TV!*: “dividiu pautas sobre a cobertura da festa, exigiu ‘glamour’ nas matérias e ordenou que até quituteiros sejam entrevistados” (BERGAMO, 2006⁷). A preocupação com a transmissão midiática da cerimônia sugere a irrealidade do acontecimento.

No contexto da midiáticação, a forte presença dos meios de comunicação no cotidiano aponta uma dúvida sobre a falsidade desse tipo de acontecimento. Ao trazer a mobilização social, esses eventos, mesmo que oriundos da própria mídia, penetram em diferentes espaços e momentos da vida social, configurando e compondo a realidade. Ainda que “fúteis”, esses acontecimentos se transformam em evento para todos porque trazem consigo aspectos reconhecidos e familiares, sob a rubrica da linguagem do senso comum da mídia.⁸ Não existe, porém um impacto social direto para a condução da vida dos indivíduos comuns – eles não são acontecimentos públicos. Entretanto, em razão da atenção que suscitam, pode-se intuir uma influência e uma penetração na conduta e nos valores sociais, trazendo uma nova compreensão para as fronteiras entre acontecimentos públicos e privados.

Os dois tipos de acontecimento, apesar de possuírem natureza muito distinta, encontram-se (e algumas vezes se chocam) em um mesmo local: nos meios de comunicação social. Com o advento da sociedade moderna, a mídia foi idealizada como arena do debate de problemas públicos. O

7 <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq1208200610.htm>.

8 Esse significado evidente para todos não implica “(...) uma concordância de pontos de vista, nem de um consenso ao nível das opiniões.” (BARTHÉLÉMY; QUÉRÉ, 2007: p.9).

seu desenvolvimento ao longo dos anos trouxe não tanto um espaço restrito para a discussão de problemas sociais, mas um ambiente que desperta a mobilização diante de acontecimentos vários. Nessa dinâmica, não é mais possível interpor fronteiras rígidas entre as duas categorias de acontecimento. É certo que existem repercussões diferentes em cada um deles: o lançamento de um pacote econômico não terá as mesmas implicações que o casamento de uma celebridade. Ainda assim, esses eventos se cruzam no cenário partilhado da mídia. Como desdobramento lógico, pode-se deduzir que a estrutura da experiência com os acontecimentos, públicos ou não, vem globalmente sofrendo transformações.

Operações da mídia sobre os acontecimentos

Ocupando a cena da visibilidade, acontecimentos privados tornam-se constantemente passíveis de serem observados e reconhecidos, sejam eles ligados ou não aos problemas públicos. Conforme a etnometodologia de Harold Garfinkel, as ações ordinárias possuem uma ordem descritível por todos aqueles que constituem determinado coletivo social, “os membros organizam suas atividades e situações por meio de práticas situadas que são ver-e-dizer.”⁹ (GARFINKEL, 2007: p. 51). Apesar de passível de descrição (“*accounting practices*”), essa organização das ações sociais não é explicitamente notada ou tematizada. Garfinkel propõe experimentos que criam situações perturbadoras dessa ordem. Em um estudo de caso, por exemplo, ele pede aos estudantes que se comportem como desconhecidos dentro de suas casas, o que gera estranhamento nas famílias, mas permite apreender o alto grau de codificação de atividades rotineiras e da estrutura de funcionamento de ações cotidianas. Uma ação

9 “les membres disposent de leurs activités et situations à travers ces pratiques situées qui sont voir-et dire.” (tradução nossa).



executada socialmente, mesmo sendo ordinária e privada, como abrir a geladeira em casa, possui uma ordem reconhecida por todos, “um conhecimento de senso comum” a respeito da organização da experiência.

O famoso estudo de caso a respeito da transexual Agnès, realizado junto ao Departamento de Psiquiatria da Universidade da Califórnia em 1958, revela os sentidos naturais ou normais de “ser mulher”. Agnès, registrada no nascimento e criada como um rapaz, participava de um programa médico para realizar uma cirurgia de mudança de sexo, já que ela possuía “uma verdadeira sexualidade de mulher”¹⁰ (GARFINKEL, 2007: p.210). Nas entrevistas, os pesquisadores notaram a insistência de Agnès para buscar sentidos daquilo que seria uma mulher “normal” ou “natural”, visto que ela, biologicamente, não possuía o direito legítimo de ser considerada moça. As falas de Agnès insistiam sobre uma ordem das interações – não submetidas a regras de um jogo prévio ou específico – constituída e administrada em contexto, de acordo com as situações experimentadas. Ao reivindicar o pertencimento ao gênero feminino, distinto de seu sexo biológico de nascimento, Agnès testemunhou as exigências sociais do ser mulher, naturalizadas na ordem das interações cotidianas.

A etnometodologia mostra que as ações cotidianas se desenvolvem de maneira situacional a partir de uma elaboração que segue as regras de sua própria adequação, quer dizer, a organização social normal está contida no interior das próprias práticas que fazem sentido para os indivíduos integrantes do contexto em que se inserem. “A atividade mais rotineira, insignificante, familiar não é nunca ‘dada’ de antemão, não é nunca tida por uma cópia fiel, nem uma reprodução mecânica (...) ela é sempre uma produção realizada à *nouveaux*

¹⁰ “une véritable sexualité de femme.” (tradução nossa).

frais”¹¹ (BARTHÉLÉMY; QUÉRÉ, 2007: p. 12). Segundo a etnometodologia, a organização das ações sociais se caracteriza por sua permanente reinvenção, mas ela depende do reconhecimento intersubjetivo daqueles que formam a comunidade contextual em que a atividade se insere. Para que uma ação se realize, deve existir “um modo de compreensão e de acordo compartilhados que se realiza apenas sob o fundamento de recursos e exigências de inteligibilidade internas às ações que se desenvolvem na situação.”¹² (BARTHÉLÉMY; QUÉRÉ, 2007: p.12-13). A realização das ações sociais depende da compreensão dos indivíduos envolvidos. A ideia de inteligibilidade indica que o desempenho válido de uma prática social traz consigo o seu próprio entendimento. Essa compreensão não depende da descrição pelos participantes; segundo a etnometodologia, a inteligibilidade é uma propriedade da ação e não do discurso.

Nos estudos sobre a mídia, Roger Silverstone (2002) retoma o caso Agnès, chamando atenção para o conceito de “passagem” no estudo desenvolvido por Harold Garfinkel. As “passagens” dizem respeito aos procedimentos adotados por Agnès, durante as entrevistas, para explicitar sua adequação ao gênero feminino. Segundo Garfinkel, ao “passar”, Agnès agia a partir de “manipulações de circunstâncias práticas concebidas como uma trama de pertinências.”¹³ (GARFINKEL, 2007: p. 267). Silverstone relaciona a ideia de passagem às performances desempenhadas nas ações cotidianas, que cada vez mais se cruzam com as

¹¹ “l’activité la plus routinière, anodine, familière qui soit, n’est jamais ‘donnée’ à l’avance, n’est jamais tenue pour une copie conforme, ni une reproduction mécanique (...) elle est toujours une production réalisée à nouveaux frais” (tradução nossa).

¹² “un mode de compréhension et d’accord partagé qui se réalise sur le fondement des seules ressources et exigences d’intelligibilité internes aux cours d’action en train de se réaliser en situation.” (tradução nossa).

¹³ “manipulations des circonstances pratiques conçues comme une trame de pertinences.” (tradução nossa).



realidades midiáticas.

Sabemos alguma coisa sobre a performance, por assim dizer instintivamente, porque a fazemos o tempo todo. Sabemos alguma coisa sobre performance, inocentemente por assim dizer, porque a vemos em nossa mídia o tempo todo. E, apesar de saber algo acerca das fronteiras entre espaços públicos e privados, como também das diferenças entre realidades mediadas e experienciadas, sabemos que as fronteiras tanto separam como ligam: são barreiras, mas também pontes. Nós as cruzamos, como também cruzamos a fronteira entre o performer e a audiência, com crescente desenvoltura, como algo natural. (SILVERSTONE, 2002: p.135).

As “passagens” de Agnès, adaptadas por Silverstone sob a rubrica de “performance”, mostram que as atividades sociais funcionam a partir de um cruzamento natural (“natural e normal”, nas palavras de Garfinkel) entre barreiras interpostas e pontes de acesso. Essa transação busca adequar uma rede de pertinências constituídas de maneira inteligível por determinado coletivo, atualmente marcada e pautada pelas performances midiáticas. Para a etnometodologia, qualquer tipo de ação social depende de sua inteligibilidade, que indica os sentidos reconhecíveis das práticas. A irrelevância pública (no sentido estrito da distinção *deweyana*) dos acontecimentos privados das personagens da mídia não impede que essas ações alimentem a compreensão e o estoque de “passagens” feitas naturalmente na experiência cotidiana. O sucesso desse tipo de conteúdo na vida contemporânea indica que existe a necessidade de um alargamento da visão sobre ações ordinárias, que se tornam passíveis de ser observadas.

Retomando o conceito de interesse público para

Dewey, acontecimentos aparentemente irrelevantes apresentam ações que podem ser reconhecidas, observadas e reportadas. “O público é composto por todos aqueles que são afetados pelas consequências indiretas de transações, sendo que se torna necessário cuidar sistematicamente dessas consequências.”¹⁴ (DEWEY, 1954: p. 15-16). Mesmo sem interferir diretamente no cotidiano das pessoas comuns, os eventos da vida íntima das personagens públicas são observáveis e reconhecíveis, sustentando (como ponte) ou questionando (como barreira) as “passagens” consideradas naturais, fazendo emergir seu *accountability* normal.

Antes do surgimento dos meios de comunicação social, a visibilidade das ações era mais restrita. Em seu estudo sobre Luís XIV, Peter Burke (1994) mostra que pessoas não ligadas à nobreza poderiam passar vidas inteiras sem ver o rei. Até a modernidade, um espectro menor de atividades sociais era visível para os indivíduos. Ao tornar mais ações disponíveis para observação, reconhecimento e descrição, os conteúdos publicizados pelos meios de comunicação diferenciam-se dos não-publicizados por serem passíveis de sofrer a avaliação de todos os indivíduos. Robert Park (1970) estabelece essa reflexão ao contrapor o conceito de notícia aos relatos interpessoais: “a publicação tende a dar à notícia um pouco do caráter de documento público. A notícia é mais ou menos autenticada por haver sido exposta ao exame crítico do público a que se dirige e com cujos interesses se relaciona” (PARK, 1970: p. 178). A mídia aumenta o alcance da visibilidade das ações sociais e, com isso, mais atividades passam a ser disponibilizadas para a autenticação dos indivíduos. Para Robert Park, uma lenda, mantida em um ambiente restrito e

14 “The public consists of all those who are affected by the indirect consequences of transactions to such an extent that is deemed necessary to have those consequences systematically cared for.” (tradução nossa).



interpessoal de circulação, não possui a mesma força de uma notícia publicada em um jornal. Mesmo que a notícia, assim como a lenda, seja falsa, o fato de se tornar visível para a apreciação de muitas pessoas concede um caráter oficial de existência àquele conteúdo. A notícia é autenticada não por ser cópia da realidade; ela se legitima por passar pela observação e pelo reconhecimento de muitos. A circulação das ações sociais por meio das notícias está sujeita a uma autenticação que aponta os sentidos naturais e normais compartilhados por aqueles que acompanham, ainda que à distância, esses conteúdos.

Nem todas as notícias possuem um caráter público (ação que traz consequências para aqueles não diretamente concernidos); no entanto, os meios de comunicação, ao ampliar o escopo de ações visíveis, aumentam também as operações de autenticação feitas pelos indivíduos diante de atividades sociais. O acontecimento se torna passível de observação e de reconhecimento para um grande número de indivíduos, quiçá, de interferência e afetação.

Nesse sentido, a visibilidade insere a sua própria característica nas “passagens” que devem ser ou não autenticadas, indicando quais seriam os sentidos normais e naturais daquele evento. Segundo Barthélémy e Quéré (1991), a visibilidade, quando mediatiza as identidades comuns de um acontecimento, se torna mais que um mecanismo de organização da publicidade, já que ela passa a sustentar a si mesma como um pano de fundo que deve ser reconhecido por todos – “a ideia é que as duas dimensões da publicidade (o caráter comum e compartilhado e a visibilidade) se articulam uma à outra sob o primado da visibilidade”¹⁵ (BARTHÉLÉMY E QUÉRÉ, 1991: p. 10). Para que surja “um ser em comum”, a visibilidade mediatiza o pano de fundo

15 “L’idée est que les deux dimensions de la publicité (le caractère commun et partagé, et la visibilité) s’articulent l’une à l’autre sous le primat de la visibilité.” (tradução nossa).

compartilhado que possibilita reconhecimento por todos aqueles que fazem a experiência de um acontecimento.

Mídia e acontecimentos publicizados

Na análise da profanação do cemitério judeu Carpentras, Quéré e Barthélémy mostram que “(...) um acontecimento (‘aquilo que ocorreu’) não é determinado em si. Sua determinação não é intrínseca a ele, compreendido aqui seu atributo de ocorrência: o fato de ‘ter ocorrido’ ou de ‘ter chegado’ é sempre relativo a uma perspectiva.”¹⁶ (BARTHÉLÉMY; QUÉRÉ, 1991: p.7). Na experiência publicizada, a atividade constituinte de um acontecimento se desenvolve de maneira contingente, submetida tanto à sua configuração sensível (a ocorrência no mundo) quanto ao seu processo de recepção (as maneiras como é percebido). O resultado dessa dupla atividade confere uma identidade e um significado válidos para todos. O compartilhamento de uma perspectiva comum sobre o acontecimento não corresponde à criação do consenso, mas ao estabelecimento de um esquema individualizante reconhecível por todos aqueles que experimentam a situação.

No caso de acontecimentos relacionados à vida íntima de uma celebridade, a dimensão visível dos fatos não se expande somente pelo trabalho da mídia. À primeira vista, a interferência dos dispositivos midiáticos para a circulação desse tipo de conteúdo parece decisiva, como se eles, por si mesmos, pudessem configurar sua existência.¹⁷ Essa impressão pode soar correta, já que, além de os próprios protagonistas desse tipo de evento

16 “(...) un événement (‘ce qui s’est passé’) n’est pas déterminé en soi. Sa détermination ne lui est pas intrinsèque, y compris son caractère d’occurrence : le fait de ‘s’être passé’ ou d’être arrivé’ est toujours relatif à une perspective.” (tradução nossa).

17 A teoria norte-americana do agenda setting, por exemplo, toma esse argumento como base de suas análises.



serem oriundos dos sistemas midiáticos, a expansão de sua publicização acontece por meio do aumento da visibilidade, operação tipicamente midiática.

Entretanto, para que haja um acontecimento, outros processos de configuração, que não se restringem aos dispositivos da mídia, são necessários. Na atividade constituinte do acontecimento, existe a definição de uma teia causal assentada em ocorrências que de fato se sucederam e que podem ser reconhecidas pelos indivíduos que fazem juntos a experiência. Segundo Barthélémy e Quéré (1991), não existe uma arbitrariedade nessa organização, visto que, conforme a etnometodologia, as ações sociais dependem de uma compreensão intersubjetiva por todos aqueles que observam essas atividades. A estrutura da experiência com os acontecimentos se organiza de maneira que possa ser considerada uma realidade objetiva do mundo e passível de ser descrita pelos indivíduos. “Esta organização é eficiente”¹⁸ (*Ibidem*, p.10). A factualidade do esquema de configuração dos acontecimentos possibilita a abertura para que a experiência se organize em seu desenrolar, a partir da confrontação de versões e de opiniões divergentes.

Na constituição da experiência com os acontecimentos, a narrativa cria um todo inteligível que pode ser observado, ativamente, por aqueles que acompanham esses eventos. Este é um dos motivos por que os meios de comunicação, produtores de narrativas com alto grau de visibilidade, são apontados como os responsáveis pela criação dos acontecimentos. A narrativa possui força na organização dos eventos na experiência, porém não há a separação entre atores, fatos e consequências. A narrativa configura formatos de ação – não arbitrários e eficientes – que dependem do engajamento (da ação) dos indivíduos. Quando

uma experiência diante de um evento publicizado ocorre, as narrativas não são tarefas exclusivas da mídia. Ao serem tocados pelas histórias dos acontecimentos, os participantes passam a narrar essa teia de factualidade que distingue seus atributos. O fenômeno da divulgação de conteúdos sobre a vida íntima das personagens públicas torna-se, assim, integrado à transação entre indivíduos e ambiente, o qual não é separadamente midiático e extramediático.

O pano de fundo que reúne a expansão desses conteúdos não implica consenso diante das diferentes questões suscitadas. Ele promove valores comuns que validam esse tipo de abordagem. O aumento da visibilidade desses pequenos eventos indica a valorização da observação das ações dos indivíduos na contemporaneidade. Ao alargar o visível de conteúdos à primeira vista sem importância, existe um pano de fundo comum que eleva a face publicizada das ações cotidianas.

Conclusão

A mobilização em torno de eventos ligados à vida íntima das celebridades não necessariamente os transforma em acontecimentos públicos. Ainda que haja a atenção pública, esses eventos possuem consequências limitadas para os indivíduos comuns. Entretanto, a movimentação social diante desse tipo de acontecimento – que muitas vezes ocorre de maneira mais engajada se comparada a eventos públicos – sugere que a distinção rígida entre ações públicas e privadas não é suficiente para explicitar sua natureza.

Sob a perspectiva da sociologia da ação, o acontecimento pode ser compreendido como um esquema estruturante, que possui uma ordem específica e passível de ser descrita pelos integrantes de determinados coletivos. Os acontecimentos ganham formas únicas na medida

18 “Cette schématisation est efficiente” (tradução nossa).



em que são compreendidos (ou não) por todos aqueles que o sofrem. Por isso, a narração do acontecimento é decisiva para sua configuração. Quando rompe com o cotidiano, o acontecimento é inesperado; ao se reconectar à vida ordinária, existe uma lógica compartilhada de organização que atende às expectativas previstas por aqueles que o experimentam a partir da sua ocorrência sensível na vida social.

Nesse contexto, a etnometodologia mostra-se como ferramenta valiosa para a compreensão de eventos midiáticos. Trata-se de ir além da distinção entre público e privado para investigar o caráter visível das ações sociais. O alto grau de codificação de atividades executadas conjuntamente relaciona-se à concepção da ação, fundamental para o ponto de vista aqui proposto. Um acontecimento relacionado à vida íntima de uma personagem pública tem sua estrutura visível assentada na focalização social proposta pelos indivíduos. A perspectiva pragmatista/etnometodológica indica que as interações comunicacionais são matrizes para a elaboração desses eventos. A proposta pode trazer avanços para teorias adjacentes, como, por exemplo, para o conceito de mediações, em que o consumo dos produtos midiáticos não ocorre de maneira isolada, mas a partir de uma diversidade de instâncias socioculturais. Para a etnometodologia, esses esquemas compartilhados de organização e de compreensão das mensagens da mídia são definidos no desenrolar das próprias interações.

A organização dos acontecimentos não nasce ao acaso – e também não é por acaso que atualmente esse tipo de evento retém a atenção de todos. Ao buscar a lógica compartilhada que constitui esses eventos, os atravessamentos entre público e privado podem ser melhor desvendados, já que não se pressupõe de antemão a relevância pública dos casos. O impacto e as consequências

dos acontecimentos visíveis na mídia dependem das maneiras como estes se estruturam: fazendo emergir modelos de conduta reconhecíveis, criando novas pontes e barreiras para a autenticação de valores sociais.



REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BABO-LANÇA, Isabel. A configuração dos acontecimentos públicos: o “Caso República” e as manifestações nos Açores em 1975. Coimbra: Minerva Coimbra, 2006.

BARTHÉLÉMY, Michel; QUÉRÉ, Louis. La mesure des événements publics. Structure des événements et formation de la conscience publique. Paris: ATP/CNRS Communication et société, 1991. Relatório de pesquisa.

_____. L’argument ethnométhodologique. In: GARFINKEL, Harold. Recherches en ethnométhodologie. Paris: Presses Universitaires de France, 2007, p. 9-44.

BERGAMO, Mônica. Noivo e patrão. Folha de S. Paulo, São Paulo, 12/08/2006.

BOORSTIN, Daniel. The image. A guide to pseudo-events in America. New York: Vintage Books, 1992.

BURKE, Peter. A fabricação do rei. A construção da imagem pública de Luis XIV. Rio de Janeiro: Zahar, 1994.

DEWEY, John. The public & its problems. Ohio: Swallow Press, 1954.

GARFINKEL, Harold. Recherches en ethnométhodologie. Paris: Presses Universitaires de France, 2007.

ECO, Umberto. Tevê: a transparência perdida. In: Viagem na irrealidade cotidiana. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984, p. 182-104.

PARK, Robert. A notícia como forma de conhecimento. In: STEINBERG, C. (org.). Meios de comunicação de massa. São Paulo: Cultrix, 1970.

QUÉRÉ, Louis. Entre o facto e o sentido: a dualidade do acontecimento. Trajectos, Revista de Comunicação,

Cultura e Educação, n. 6, p. 59-75, 2005.

SILVERSTONE, Roger. Por que estudar a mídia? São Paulo: Edições Loyola, 2002.

TERZI, Cedric. “Qu’avez-vous fait de l’argent des juifs?” Problématisation et publicisation de la question “des fonds juifs et de l’or nazi” par la presse suisse, 1995-1998. Fribourg: Faculdade de Ciências Econômicas e Sociais, 2005. Tese de doutorado.

Acontecimentos públicos, acontecimentos privados: a estrutura visível dos acontecimentos na mídia.
Lígia Campos de Cerqueira Lana

Data do Envio: 2 de abril de 2012.
Data do aceite: 2 de maio de 2012.

