

Teoria do agendamento e memória social¹

Interface que não pode ser ignorada

Cicélia Pincer Batista²

Jackson da Silva Barbosa³

Resumo

A teoria do Agenda *Setting*, formulada por McCombs e Shaw, tem sido adotada como referência importante em pesquisas levadas a cabo em diferentes partes do mundo, sobretudo naquelas que encampam as relações entre opinião pública e os conteúdos dos meios de comunicação. Apesar disso, o texto formulador da teoria foi alvo de questionamentos, feitos por Mauro Wolf, sobre a existência de lacunas que poderiam comprometer a sua validade e abrangência. O objetivo deste artigo é propor uma convergência explícita da Teoria do Agendamento com as reflexões sobre a memória social, colocando um texto fundador para dialogar com o jogo de lembranças e esquecimentos que é intrínseco ao agir dos sujeitos, seja quando confrontados com os conteúdos midiáticos, seja nas demais experiências da vida que levam.

Palavras-chave: Teoria do agendamento; Memória social; Interfaces conceituais; Transdisciplinaridade.

Introdução

No final do primeiro semestre de 2020, o jornal Folha de S. Paulo (FSP) lançou a campanha #UseAmarelo pela Democracia, com a justificativa de defender os valores democráticos e de marcar as celebrações de seu primeiro centenário – a ser completado em fevereiro de 2021. Em editorial de 28 de junho, intitulado “Democracia, nunca menos”, a Folha toma como base pesquisa de opinião, realizada dias antes pelo instituto Datafolha – pertencente ao mesmo grupo empresarial –, sobre a natureza do regime militar que vigorou no País entre 1964 e 1985, para afirmar que “é sólido o edifício da jovem democracia brasileira” e que “vultosa maioria, de 75% hoje considera essa a melhor forma de governo” (FSP, 2020, *on-line*).

Apesar de tal solidez, o editorial destaca como ameaça os “ataques sistemáticos de extremistas identificados com o presidente Jair Bolsonaro, no maior teste de estresse desde a volta de um civil à Presidência, há 35 anos”, argumentando ainda que “muitos o

¹ Trabalho apresentado no GP Teorias do Jornalismo, XX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutora em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP); integrante dos grupos de pesquisa Epistemologia do Diálogo Social (ECA-USP) e Tecnologias, Processos e Narrativas Midiáticas (ESPM-SP); professora do Curso de Jornalismo da ESPM-SP. E-mail: cicelia.batista@espm.br

³ Doutor em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP); membro do grupo de pesquisa Epistemologia do Diálogo Social (ECA-USP). E-mail: jacksonbarbosa2907@gmail.com

fazem por má-fé; outros, por não terem vivido os horrores da máquina cruel que se instalou com a ditadura militar em 1964. Este último grupo faz parte dos 54,2% de jovens nascidos após 1985” (FSP, 2020, *on-line*). E é a partir deste contexto que o jornal argumenta a necessidade de sua campanha ancorada em três frentes: uma publicitária – deflagrada por meio do vídeo “Amarelo/Democracia” que foi exibido no intervalo do Jornal Nacional, da TV Globo, em 28 de junho; outra de caráter jornalístico – o especial *O que foi a ditadura*, publicado no caderno Poder e que traz uma série de artigos e matérias sobre o período ditatorial-militar; e o curso gratuito “A ditadura militar e a reconquista da democracia” direcionado a pessoas interessadas “em conhecer a história para não a repetir”, especialmente o público nascido após 1985.

Além de relembrar a supressão do pensamento e expressão livres, a tortura e o desaparecimento/morte de adversários, a mordida nas instituições e demais poderes como marcas do arbítrio dos governos militares, o editorial destaca também a contraditória relação que a imprensa, de modo geral, e a própria Folha de S. Paulo estabeleceram com o regime:

A censura calava a imprensa, que apoiou o novo regime num primeiro momento, caso desta Folha, que errou”. Este jornal viu-se rapidamente engalfinhado pelo novo sistema de poder, perdendo a capacidade de reagir antes mesmo de percebê-lo. Só na década seguinte achou meios de empreender um combate, mesmo que velado e sutil, à ditadura. E, nos anos 1980, liderou na imprensa o movimento das Diretas Já, firmando-se como defensor intransigente da democracia e das liberdades individuais. (FSP, 2020, *on-line*)

Assim, a campanha do jornal, que onze anos antes, em fevereiro de 2009, publicara um editorial se referindo ao regime militar como “ditabranda”⁴, representa um esforço e uma intenção deliberada de agendar o valor da democracia na atual esfera pública brasileira, num interessante jogo de memória e ocultamento sobre o período

⁴ O editorial “Limites a Chávez”, de 17 de fevereiro de 2009, fazia duras críticas ao então presidente venezuelano Hugo Chávez, que, dois dias antes, saíra vencedor de um referendo popular que lhe deu a possibilidade de disputar mais um mandato em 2012. O texto contrapunha o que chamava de “novo autoritarismo latino-americano”, representado pelo Chavismo venezuelano, às “ditabrandas” -caso do Brasil entre 1964 e 1985- partiam de uma ruptura institucional e depois preservavam ou instituíam formas controladas de disputa política e acesso à Justiça”. Ver: FSP. **Limites a Chávez**. São Paulo, 17 de fevereiro de 2009. Disponível em <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/opiniao/fz1702200901.htm>. Acessado em 03 out. 2020. Posteriormente, em artigo em forma de box na página do Ombudsman, publicado em 08 de março de 2019, o então proprietário e diretor de redação do jornal, Otávio Frias Filho, reconheceria o erro, minimizando-o, no entanto, ao afirmar que “é um fato que a ditadura militar brasileira, com toda a sua truculência, foi menos repressiva que as congêneres argentina, uruguaia e chilena - ou que a ditadura cubana, de esquerda”. Ver: FSP. **Folha avalia que errou, mas reitera críticas**. São Paulo, 08 de março de 2009. Disponível em <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/brasil/fc0803200907.htm>. Acessado em 03 out. 2020.

ditatorial, bem como sua participação e posicionamento com relação a ele. Neste contexto, é que o presente artigo toma como *leitmotivs* a campanha e o editorial até agora destacados para propor um retorno analítico aos textos fundadores da Teoria do Agendamento e aos eixos mnemônicos que, implícita ou explicitamente, compõem os fundamentos da hipótese do Agenda *Setting* no seu nascedouro.

Importante ressaltar que a intenção, neste artigo, não é proceder a nenhuma análise da campanha deflagrada pela Folha. O propósito é, partindo de um gancho jornalístico que a campanha materializa, colocar a Teoria do Agendamento em diálogo com críticas e ponderações formuladas por Mauro Wolf, relacionando-as com as teorizações a respeito da Memória Social – especificamente a partir das sistematizações propostas por Jô Gondar. Assim, buscar-se-á o fortalecimento de uma interface que é evidente, mas nem sempre levada em consideração, apostando-se no alargamento da hipótese de McCombs e Shaw, ratificando sua importância e a atualidade de seus pressupostos.

Os postulados de McCombs e Shaw

A hipótese do Agenda *Setting* irrompeu nas Teorias da Comunicação e do Jornalismo em 1972, por meio do texto “A Função do Agendamento dos Media”, de Maxwell E. McCombs e Donald L. Shaw. São postulados que consideram os efeitos dos media a longo prazo; partem da ideia de que os meios de comunicação predeterminam os assuntos que devem ser considerados relevantes em determinados momentos históricos; reforçam a tese do poder de influência dos media; contestam serem as notícias reproduções fieis da realidade; e entram em consonância com as teses que compreendem a produção jornalística como resultante de complexos processos de interação vivenciados dentro de cada organização midiática.

Na condição de organizador do livro *O poder do jornalismo: análise e textos da Teoria do Agendamento*, Nelson Traquina destaca que a possibilidade de existirem relações causais entre a agenda dos media e a agenda pública, foi enfatizada pela primeira vez em 1922, por Walter Lippmann, para quem “os media eram a principal ligação entre os acontecimentos no mundo e as imagens desses acontecimentos na nossa mente” (TRAQUINA, 2000, p. 17), sem, no entanto, fazer uso do termo agendamento. A questão foi retomada quatro décadas depois, em 1963, por B. C. Cohen, que acreditava que a imprensa “pode, na maior parte das vezes, não conseguir dizer às pessoas como pensar, mas tem, no entanto, uma capacidade espantosa para dizer aos seus próprios leitores sobre

o que pensar” (TRAQUINA, 2000, p. 7). Segundo Traquina, o estudo de McCombs e Shaw “forneceu dados empíricos” sobre a questão que Lippmann salientara, além de “uma designação precisa: agendamento” (TRAQUINA, 2000, p. 18). Aliás, essas afirmações foram confirmadas publicamente por McCombs: “(...) Shaw e eu resolvemos testar aquilo que Lippmann tinha escrito” (2008, p. 205).

O estudo que propiciou o texto “A Função do Agendamento dos Media”, fundador da Teoria do Agendamento, foi realizado em Chapel Hill, Carolina do Norte, nos EUA, e teve seus resultados publicados na revista *Public Opinion Quarterly*. A pesquisa foi desenvolvida “com o propósito de investigar a capacidade de agendamento dos *media* na campanha presidencial” norte-americana de 1968 e “tentou confrontar o que os eleitores de Chapel Hill *afirmaram* serem as questões-chave da campanha com o *efectivo conteúdo* dos *media* por eles utilizados” no mesmo período (MCCOMBS e SHAW, 2000, p. 49). Os participantes do estudo foram selecionados “ao acaso” a partir de listagens de cinco distritos eleitorais, representativos da comunidade nos seus aspectos sociais, econômicos e étnicos. A realização da pesquisa em uma única comunidade foi proposital, porque McCombs e Shaw entenderam que manteriam sob controle variáveis importantes, entre elas as “diferenças regionais” e o “desempenho dos *media*” (MCCOMBS e SHAW, 2000, p. 49).

De acordo com Maxwell E. McCombs e Donald L. Shaw, o estudo realizado em Chapel Hill, na Carolina do Norte, envolveu 100 entrevistados “que ainda não tinham decidido de modo definitivo em quem votar” (MCCOMBS e SHAW, 2000, p. 49). Segundo presumiram, o grupo selecionado estaria mais receptivo e mais suscetível “à informação da campanha”, por não estar “claramente vinculado a um candidato (MCCOMBS e SHAW, 2000, p. 49). Nos resultados que publicaram, os pesquisadores anteciparam que as correlações encontradas não provam a existência do agendamento, “mas os dados” que sistematizaram “estão em consonância com as condições que têm de existir no caso de a função referida ocorrer” (MCCOMBS e SHAW, 2000, p. 57). Assumem que fizeram “um esforço para confrontar as atitudes dos inquiridos apenas com os *media* efetivamente usados por eles” (MCCOMBS e SHAW, 2000, p. 58).

Esses dados “sugerem a existência de uma forte relação entre a ênfase colocada nas diferentes questões da campanha pelos *media*”, quando confrontados com “a avaliação dos eleitores no que diz respeito à relevância” dos tópicos abordados pelos candidatos que concorriam à Casa Branca. As campanhas dos presidenciáveis poderiam

destacar determinados assuntos, mas “a avaliação dos eleitores parecia refletir a composição da cobertura mediática” (MCCOMBS e SAW, 2000, p. 53). Os autores enfatizaram que “também poderia defender-se que as correlações elevadas indicam que os *media* foram, pura e simplesmente, bem sucedidos na conjugação das suas mensagens com os interesses do público” (MCCOMBS e SHAW, 2000, p. 58). Diante dos dados obtidos, avaliaram que a situação que encontraram é “satisfatória para um primeiro teste à hipótese da função de agendamento”, indicando que “a pesquisa subsequente deve passar de um nível social abrangente para o nível da psicologia social, confrontando as convicções individuais com o uso individual dos *media*” (MCCOMBS e SHAW, 2000, p. 57).

Os resultados ainda indicaram que “alguns eleitores referiram-se aos candidatos e às questões em debate em termos bastante afetuosos”, porque “as respostas de cada entrevistado foram classificadas de acordo com categorias como “só afeto”, “afeto dominante”, “algum afeto mas não dominante” ou “afeto ausente”. Daí os pesquisadores admitirem que, “encarando a saliência do afeto de cada eleitor como o seu estilo cognitivo de adquirir informação política, o estudo colocou como hipótese o fato de o estilo cognitivo também influenciar os padrões de busca de informação” (MCCOMBS e SHAW, 2000, p. 59).

Numa espécie de defesa da hipótese, argumentaram que “a interpretação dos resultados deste estudo como indicadores da influência dos *media* parece mais plausível do que outras explicações alternativas” (MCCOMBS e SHAW, 2000, p. 58). Os autores se anteciparam ainda a eventuais críticas sobre um possível caráter espúrio das correlações entre os destaques dos *media* e os dos eleitores – e que alegassem que “ambos estão simplesmente a responder aos mesmos acontecimentos e não a influenciarem-se mutuamente, de uma maneira ou de outra” – com a reiteração de que não se poderia desconsiderar o “pressuposto de que os eleitores têm meios alternativos para observar as mudanças que ocorrem no campo político dia após dia” (MCCOMBS e SHAW, 2000, p. 58).

Para eles ainda, tal pressuposto não pode ser razoável, “uma vez que poucos participam diretamente nas campanhas presidenciais, e menos ainda veem os candidatos presidenciais em pessoa” (MCCOMBS e SHAW, 2000, p. 58). Defenderam que “a informação que circula nos circuitos da comunicação interpessoal é fundamentalmente

retirada, e baseada, na cobertura jornalística dos *media*”, que, afinal, são as principais fontes de informação dos cidadãos sobre a política nacional e sobre as suas mudanças.

Em 1975, McCombs publicaria, em parceria com David H. Weaver e Charles Spellman, os resultados de outro estudo com base na hipótese do Agenda *Setting*, desta vez sobre os impactos do caso *Watergate* na opinião pública norte-americana. Publicada na revista *American Politics Quarterly*, a nova pesquisa confirmava que a função de agendamento mobilizada pelos meios de comunicação indicava novamente “uma acentuada relação positiva entre as ênfases da cobertura mediática e a importância assumida por esses assuntos para os indivíduos que compõem o público”; que “este princípio é formulado em termos causais”; e que “a saliência acrescida de um assunto nos *media* provoca o aumento da importância desse assunto na consciência das pessoas” (MCCOMBS, WEAVER e SPELLMAN, 2000, p. 65).

Levantamentos monitorados por McCombs e Shaw confirmam que as premissas da hipótese foram amplamente acolhidas pelo mundo da pesquisa. De 1972 até 1993, mais de 200 artigos sobre o agendamento dos *media* haviam sido produzidos e publicados (MCCOMBS e SHAW, 2000). Para seus idealizadores, a realização de tantos estudos é um forte indicativo da fecundidade do conceito de agendamento. Como avaliaram, “a perspectiva teórica do agendamento funcionou como guarda-chuva para um conjunto de tradições de investigação e de conceitos da área da comunicação” (MCCOMBS e SHAW, 2000, p. 128). Nos primeiros anos, dizem eles, as pesquisas foram orientadas pela pergunta “Quem determina a agenda pública – e em que condições?” (MCCOMBS e SHAW, 2000, p. 128). Já na segunda metade da década de 1990, a pergunta era outra: “Quem determina a agenda dos *media*?” (MCCOMBS e SHAW, 2000, 128). Com a mudança da questão, os postulados da hipótese foram redirecionados e, conseqüentemente, erguidas diversas “pontes entre a pesquisa sobre agendamento e várias subáreas das ciências sociais, da comunicação e do jornalismo” (MCCOMBS e SHAW, 2000, p. 128).

Para os proponentes da hipótese, “sejam quais forem os atributos de um assunto apresentado na agenda jornalística, as conseqüências para o comportamento da audiência são consideráveis”, porque, argumentam, “a maneira como um comunicador enquadra uma questão estabelece uma agenda de atributos e pode influenciar o modo como pensamos sobre a questão em foco” (MCCOMBS e SHAW, 2000, p. 132). Ao tecer tais comentários, enfatizam que “o agendamento é um processo que pode afetar tanto aquilo

sobre o que pensamos como o modo como o fazemos” (MCCOMBS e SHAW, 2000, p. 132). Perspicazes, 25 anos após a formulação do Agenda *Setting*, diziam esperar um futuro bastante promissor em relação aos postulados da teoria – e não mais hipótese –, afirmando que “não restam dúvidas de que a literatura irá crescer se os acadêmicos continuarem a expandir o agendamento a outros domínios” e que “importantes percursos de pesquisa e novas perspectivas de abordagem surgirão” (MCCOMBS e SHAW, 2000, p. 135).

Wolf enfatiza a falta de conexões com a memória social

Mauro Wolf, como afirmado antes, apresentou várias críticas e ponderações sobre a teoria do agendamento, destacando, sobremaneira, a ausência de conexões explícitas entre os estudos que tentam dar conta do agendamento midiático e suas inter-relações com outros campos do conhecimento, inclusive com os estudos a respeito da memória social, que é a interface motivadora do presente artigo.

Wolf manifesta preocupação, por exemplo, com os sentidos que os destinatários dos *media* atribuem às mensagens, pois, como argumenta, tais conteúdos podem ou não oferecer elementos para corretas compreensões e interpretações daquilo que é noticiado. Enfatiza que, “(...) para a interpretação e a compreensão de um texto, há elementos que não são explicitamente mencionados e que são igualmente essenciais” (WOLF, 1995, p. 149), uma vez que o receptor efetua uma combinação entre a informação nova e o repertório de informações acumuladas na memória. Citando P. Violi, considera que “quem interpreta, constrói, a pouco e pouco, um mundo mental possível, onde insere os novos detalhes que o texto lhe vai fornecendo, modificando”, desta forma e “sempre que necessário, as cenas anteriores que tinha construído”; assim, considera que “um texto coerente é aquele cujas diferentes partes contribuem para a criação de uma única cena, em geral muito complexa (WOLF, 1995, p. 149).

Continua suas ponderações salientando que, “(...) se se tiver em conta que os processos de compreensão não dizem apenas respeito à compreensão dos textos” noticiosos, “mas também à compreensão das situações descritas pelos textos”, então “torna-se claro que tais processos implicam, de uma forma crucial, amplas camadas de conhecimentos do mundo anteriormente adquiridos (WOLF, 1995, p. 151). Wolf amplia seus argumentos e acrescenta: no que tange aos conhecimentos acumulados na memória dos consumidores midiáticos, “(...) parece atenuar-se uma dinâmica do processo de

compreensão e de memória, que restringe, em parte, o sentido da hipótese do agenda-setting” (WOLF, 1995, p. 151). Para ele, “o conhecimento dos factos, que se adquiriu anteriormente e cujas actualizações constituem o noticiário, parece refletir-se (...) mais na informação já adquirida do que na nova”, porque “a familiaridade com o assunto aumenta a facilidade de o memorizar” (WOLF, 1995, p. 151). O procedimento padrão deste tipo de pesquisa, segundo o autor, prevê uma comparação entre a agenda dos *mass media* e a agenda do público, numa avaliação conjunta que confronta, por sua vez, o conteúdo dos meios de comunicação com os conhecimentos dos destinatários.

As ponderações de Wolf têm continuidade com a seguinte alegação: “o pressuposto de que a frequência da exposição de um assunto nos *mass media* seja a indicação utilizada pelos destinatários para se aperceberem do seu significado”, diz ele, “implica uma ideia de mensagem em que estejam explicitamente contidos todos os elementos necessários para a sua compreensão e interpretação” (WOLF, p. 149). Em diálogo com outros pesquisadores, entre eles S. Larsen, Wolf considera, no que tange à função dos conhecimentos disponíveis na memória, a ocorrência de “uma dinâmica do processo de compreensão e de memória, que restringe, em parte, o sentido da hipótese do agenda-setting” (WOLF, 1995, p. 151). Argumenta, ainda, que “o conhecimento dos fatos, que se adquiriu anteriormente e cujas atualizações constituem o noticiário, parece refletir-se segundo duas direções” (WOLF, 1995, p. 151). A primeira diz respeito à memorização, que “concentra-se mais na informação já adquirida do que na nova”, pois “a familiaridade com o assunto aumenta a facilidade de o memorizar”; já a segunda mobiliza aspectos cronológicos - “entre a nova informação, a que, cronologicamente, é mais recente (os últimos desenvolvimentos de um fato) parece ser mais privilegiada do que a que amplia os conhecimentos” da audiência (WOLF, 1995, p. 151-152).

Sustentando seus argumentos em diálogo com outros pesquisadores - agora com M. Mac Kuen e S. Coombs -, Wolf considera as informações propagadas e adquiridas pelos *mass media* a partir de dois modelos, o da *atenção* e o do *enquadramento cognitivo*. O modelo da *atenção* “sugere que a receptividade do destinatário à nova informação varia proporcionalmente à informação apresentada e à sua capacidade cognitiva para a tratar adequadamente”, portanto para compreendê-la e para inseri-la em seu repertório de conhecimentos já adquiridos (WOLF, 1995, p. 152). Por sua vez, o modelo do *enquadramento cognitivo* considera “que os indivíduos mais atentos, mais interessados e com maior competência cognitiva”, seriam, conseqüentemente, “também os menos

receptivos à influência, na medida em que são dotados de um sistema de conhecimentos já bem organizado e enraizado” (WOLF, 1995, p. 152).

Como a hipótese do Agenda *Setting* está voltada aos efeitos dos conteúdos noticiosos a longo prazo, Wolf avalia que o agendamento midiático carece de “um modelo suficientemente credível e complexo” para ser “capaz de explicar como é que a nova informação, absorvida através dos *mass media*, se transforma em elementos da enciclopédia dos destinatários” e como passa a integrar o “conjunto dos seus conhecimentos acerca do mundo” (WOLF, 1995, p. 150).

Torna-se evidente que Wolf critica diferentes aspectos na formulação da teoria do agendamento, embora não invalide a sua aplicação, já que, para ele, é uma proposição simples, mas fecunda; que carrega, implicitamente, diversas sugestões para nutrir mais e mais a sua importância e amplitude. Portanto, as críticas e ponderações de Wolf representam valiosas contribuições para o alargamento das pesquisas que envolvem as teorias da Comunicação e do Jornalismo, especialmente quando aponta que os efeitos cumulativos dos conteúdos propagados pelas notícias são de difícil compreensão e, por conseguinte, de difícil análise. São considerações que parecem objetivar, antes de tudo, a ampliação das formulações feitas por McCombs e Shaw, sinalizando para o estabelecimento de interfaces pertinentes, necessárias e que não podem ser ignoradas.

Teoria do agendamento e memória social

Os questionamentos elencados por Wolf ganham maior densidade quando complementados pelas reflexões de autores como Maurice Halbwachs e Jô Gondar, que esmiúçam as veredas da memória social. Ressalte-se que Wolf diz esperar “que fique também bem claro como a fecundidade cognoscitiva desta orientação de trabalho”, a teoria do Agenda *Setting*, “passa pela integração de muitas sugestões que, implicitamente, já contém” (WOLF, 1995, p. 158), entre elas as relativas à memória social.

Considerado o fundador da disciplina, Halbwachs (2006) entende que as lembranças de ocorrências e situações vivenciadas por um grupo – que poderia ser exatamente o mesmo entrevistado por McCombs e Shaw - são capazes de impulsionar a compreensão e a reconstrução daquilo que é lembrado. Fenômeno indiscutivelmente coletivo, a memória depende de uma reconstrução “a partir de dados ou de noções comuns que estejam em nosso espírito e também no dos outros”, desde que todos os sujeitos envolvidos tenham feito parte e continuem a integrar “uma mesma sociedade” ou “um

mesmo grupo” (HALBWACHS, 2006, p. 39). O fundador da disciplina entende ser a memória intrinsecamente conectada às questões que envolvem o tempo. Defende que “o fato de permanecer o tempo de alguma forma imóvel durante período até bastante extenso é consequência de que ele serve de contexto comum ao pensamento de um grupo”, porque avaliar que, “nesse período”, o grupo “não muda de natureza, conserva quase a mesma estrutura e volta sua atenção para os mesmos objetos” (HALBWACHS, 2006, p. 146).

Além da noção de tempo, Halbwachs acredita na existência de uma lógica ou de leis que possibilitam aos sujeitos perceberem o seu espaço e, nesta trilha, a memória que compartilham – como fizeram os eleitores de Chapel Hill ouvidos por McCombs e Shaw. “Cada vez que percebemos, nós nos conformamos a esta lógica; ou seja, lemos os objetos segundo essas leis que a sociedade nos ensina e nos impõe” (HALBWACHS, 2006, p. 61). Acrescenta que “é também esta lógica, são essas leis que explicam que as nossas lembranças desenrolam em nosso pensamento a mesma sequência de associações”, pois “no mesmo momento em que estamos mais em contato material encontramos no referencial do pensamento coletivo os meios de evocar a sequência e seu encadeamento” (HALBWACHS, 2006, p. 61).

Por sua vez, Jô Gondar (2005) destaca possíveis limitações de um conceito de memória social orientado pelo postulado da identidade e permanência, uma vez que a memória não pode ser vista como um fenômeno estático, paralisado. “Essa coisa se move, e os conceitos criados para pensá-la devem admitir e acompanhar sua mobilidade” (GONDAR, 2005, p. 11). Daí porque a autora apresenta um conceito de memória assente em quatro proposições básicas: o conceito de memória social é transdisciplinar; o conceito de memória social é ético e político; a memória é uma construção processual; a memória não se reduz à representação.

Em sua primeira proposição, Gondar salienta que “a polissemia da memória social não é” e nem pode ser “objeto de controvérsias”; antes de tudo, deve-se admitir “que o conceito de memória social é, além de polissêmico, transversal e transdisciplinar” (GONDAR, 2005, p. 12). De acordo com suas concepções, “ainda que possa ser trabalhado por disciplinas diversas, o conceito de memória, mais rigorosamente, é produzido no entrecruzamento ou nos atravessamentos entre diferentes campos de saber” (GONDAR, 2005, p. 13). Visto desta maneira, é um conceito que acolhe questionamentos de cada disciplina envolvido com ele, perguntas que “possam atravessar suas fronteiras, fazendo emergir um novo campo de problemas que até então não se encontrava

contemplado por nenhuma delas” (GONDAR, 2005, p. 13), pois o ato de conceituar é, repetidamente, “uma tentativa de responder a um feixe de problemas que se construiu, de maneira contingente, em um determinado momento” e, “se as condições fossem outras, ele não emergiria” (GONDAR, 2005, p. 13). Portanto, o conceito de memória social “está sempre por ser criado”, é algo em constante movimento; “já que, em razão de sua própria condição transversal, sofre um permanente questionamento” (GONDAR, 2005, p. 15).

Ao explicar a segunda proposição, que ressalta o caráter ético e político da memória, a autora argumenta que não é suficiente considerarmos o caráter polissêmico do conceito, “apresentando um panorama de suas diversas significações, como se isso nos eximisse de tomar uma posição ou de escolher uma perspectiva” (GONDAR, 2005, p. 16). Também afirma que “uma apresentação panorâmica e pretensamente imparcial sobre as diversas noções de memória (...) pode parecer aberta às diferenças, mas de fato encobre uma pretensão totalizante em que as diferenças se esvaem” e, como consequência, “qualquer perspectiva que tomemos será parcial e terá implicações éticas e políticas” (GONDAR, 2005, p. 16). Seja qual for a ideia de memória adotada, “ela desenha um mundo possível, a vida que se quer viver e aquilo que se quer lembrar”; por isso, “o conceito de memória, produzido no presente, é uma maneira de pensar o passado em função do futuro que se almeja”; isto significa que, “seja qual for a escolha teórica em que nos situemos, estaremos comprometidos ética e politicamente” (GONDAR, 2005, p. 17).

Em sua terceira proposição, a memória emerge como consequência de uma construção processual. Neste aspecto, “as variações quanto às concepções de tempo corresponderão a ideias distintas de memória” (GONDAR, 2005, p. 20). Por esta razão, “os autores que focalizam o processo de construção da memória não valorizam tanto seus pontos de partida e de chegada, concedendo ênfase ao durante”, porque compreendem que “é no durante que se dão os confrontos e as lutas, mas também a criação” (GONDAR, 2005, p. 21 e 22). Assim compreendido, “o confronto se dá entre a esfera determinada dos hábitos, a que nos sujeitamos em função de interesses práticos, e a possibilidade criadora da memória, emergindo do espaço de indeterminação que a vida nos proporciona” (GONDAR, 2005, p. 21 e 22). Desta forma, “pensar a memória como um processo permite pôr em discussão alguns hábitos de pensamento que se disseminam no” emaranhado “campo da memória social” (GONDAR, 2005, p. 22).

Na quarta e última proposição, é apresentada a sentença de que a memória não pode ser reduzida ao campo das representações coletivas. E não sem razão, pois “é habitual conceber a memória social como a esfera por meio da qual uma sociedade representa para si mesma a articulação do seu presente com o passado”, o que configura “o modo pelo qual os indivíduos sociais representam a si próprios, as suas produções e as relações que estabelecem com os demais” (GONDAR, 2005, p. 22). A autora ainda enfatiza que as representações coletivas não aparecem abruptamente, afinal “a esfera social é viva, pulsante e em constante mudança” e “as representações são apenas o referente estático do que se encontra em constante movimento” (GONDAR, 2005, p. 23). Em seguida, afirma que as representações “resultam de jogos de força bastante complexos, envolvendo combinações e enfrentamentos que a todo momento se alteram” e, portanto, “se reduzirmos a memória a um campo de representações, desprezaremos as condições processuais de produção” (GONDAR, 2005, p. 23) da própria memória. Ao assumir tais argumentos, questiona: “como foi que, em uma certa sociedade e em uma certa época, algumas forças se conjugaram para formar uma representação? A serviço de que interesses ou de que vontades ela teria se construído?” (GONDAR, 2005, p. 23). E mais: “que relações de poder fizeram com que algumas representações, e não outras, pudessem adquirir uma consistência crescente até se tornarem dominantes no campo social?”; ou seja, “como e por que essas representações foram inventadas” (GONDAR, 2005, p. 23).

Todos esses argumentos levam a autora a pensar a memória como resultante de um processo. Vista desta maneira, “a memória deixa de se reduzir aos axiomas da representação e da generalidade abstrata para se articular àquilo que nos afeta, que nos surpreende” (GONDAR, 2005, p. 24). A memória, diz Gondar, não tem existência “fora do contexto afetivo” e, “de todas as experiências que nós vivemos no aqui e no agora, selecionamos, como impressões ou lembranças, aquelas que nos afetam em um campo de relações”, como “um encontro, uma palavra nova, uma experiência singular” (GONDAR, 2005, p. 25). Assumir a memória como processo significa, portanto, acolher a invenção e o novo e não excluir sua natureza de representação coletiva. Por fim, sentencia que “não haveria memória sem criação: seu caráter repetidor seria indissociável de sua atividade criativa; ao reduzi-la a qualquer uma dessas dimensões, perderíamos a riqueza do conceito” (GONDAR, 2005, p. 26).

Considerações finais

Parece plausível, evidente mesmo, ratificar que os processos de agendamentos midiáticos mexem com a memória da audiência, fornecem um contingente de informações ou trazem novos dados e avaliações a respeito de assuntos já conhecidos pelos destinatários dos meios de comunicação. Conseqüentemente, pode-se dizer que a interface entre a teoria do Agendamento e os estudos sobre a memória social é algo incontestável, não pode ser deixado de lado. Caso contrário, as ponderações formuladas por Mauro Wolf cairiam no vazio, seriam absolutamente desimportantes, o que não é condizente. Não por acaso, McCombs e Shaw manifestaram a certeza de que a literatura sobre a teoria iria crescer e que os pesquisadores iriam expandir seus postulados, traduzidos em interfaces como a defendida neste artigo.

Quando classificaram as respostas de seus entrevistados com base em categorias como “só afeto”, “afeto dominante”, “algum afeto mas não dominante” ou “afeto ausente”, os proponentes da teoria do Agendamento, mesmo que implicitamente, entraram, sim, no jogo de lembranças e esquecimentos que caracteriza a memória, porque, como vimos com Gondar, a memória não pode ser estudada sem uma evidente associação com os eventos que afetam e surpreendem as pessoas e que a memória só existe em contextos de afetividade.

Também vimos que, a partir da segunda metade da década de 1990, as pesquisas sobre agendamento passaram a ser redirecionadas e estabeleceram pontes com diversas subáreas das ciências sociais, como detectaram McCombs e Shaw. Esse redirecionamento dialoga sem atropelos com os ditames das investigações sobre a memória social, que devem considerar, inevitavelmente, sua transdisciplinaridade, seu caráter ético e político, uma construção que é sempre processual e que o fenômeno não pode ser reduzido a uma mera representação.

Assim, e mesmo a considerar que, como afirmado anteriormente, não é propósito se proceder aqui à sua análise, o próprio fato de um dos maiores jornais do país lançar uma campanha que opera um (re)agendamento da memória de um período crucial da história política brasileira como forma de responder a possíveis ameaças que se configuram no presente, ratifica a ideia de que existem conexões muito claras entre o agendamento midiático e a Memória Social e que tal interface não pode ser ignorada; antes, fazem-se necessárias alternativas de bases conceituais que possam frutificar - e muito - novos estudos relativos à teoria do Agenda *Setting*.

Referências

- FOLHA DE S. PAULO. **Democracia, nunca menos**. Folha de S. Paulo, Ano 100, nº 33.324, São Paulo, 28 de junho de 2020. Disponível em <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/fac-simile/2020/06/28/>. Acessado em 03 out. 2020.
- GONDAR, Jô. Quatro proposições sobre memória social. In: GONDAR, Jô, DODEBEL, Vera (Orgs). **O que é memória social?**. Rio de Janeiro: Contra Capa Livraria/Programa de Pós-Graduação em Memória Social da Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro, 2005.
- HALBWACHS, Maurice. **A memória coletiva**. Trad. Beatriz Sidou. São Paulo: Centauro, 2006.
- MCCOMBS, Maxwell E., SHAW, Donald L. A função do agendamento dos media. In: TRAQUINA, Nelson. **O poder do Jornalismo: Análise e textos da Teoria do Agendamento**. Coimbra: Minerva, 2000.
- MCCOMBS, Maxwell E., SHAW, Donald L. A evolução da pesquisa sobre agendamento: vinte e cinco anos no mercado das ideias. In: TRAQUINA, Nelson. **O poder do Jornalismo: Análise e textos da Teoria do Agendamento**. Coimbra: Minerva, 2000.
- WEAVER, David H., MCCOMBS, Maxwell E., SPELLMAN, Charles. Watergate e os media: análise de um caso de agendamento. In: TRAQUINA, Nelson. **O poder do Jornalismo: Análise e textos da Teoria do Agendamento**. Coimbra: Minerva, 2000.
- TRAQUINA, Nelson. A redescoberta do poder do jornalismo: análise da teoria do agendamento. IN: TRAQUINA, Nelson (Org.). **O poder do Jornalismo: Análise e textos da Teoria do Agendamento**. Coimbra: Minerva, 2000.
- WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação**. Lisboa: Presença, 1995.