

EDITORIAL

Neste número de Comunicação e Informação pode-se destacar a presença significativa de textos que abordam a temática dos discursos produzidos e/ou em circulação nos diferentes meios de comunicação, um indicativo de que essas questões têm mobilizado investigadores de diferentes filiações teórico-metodológicas. As análises propostas abordam tanto os discursos produzidos pela própria mídia quanto aqueles gerados em outras instâncias sociais e divulgados pelos meios de comunicação; valem-se, para isso, desde metodologias que privilegiam a perspectiva de agendamento até a interface mais evidente com a psicologia e com a antropologia e religiosidade.

A mídia é, atualmente, uma das mais importantes esferas de divulgação de informações e de produção e circulação de cultura. É principalmente por meio do acesso aos conteúdos midiáticos e às informações transmitidas que os indivíduos tomam conhecimento dos fatos e de seus significados, elaboram as percepções, constroem e organizam a realidade que os cerca. Mas, as informações fornecidas são, sempre, pontos de vista particulares sobre determinadas questões e relevantes elementos de composição de quadros de referências destinados a pautar comportamentos e desenvolver matrizes culturais. Assim, os diferentes textos, impressos ou audiovisuais, ainda que repletos de lacunas, apresentam e retratam modos específicos de ver e de apreender o mundo. A partir dos registros que fazem, os meios de comunicação se constituem, também, em construtores da memória coletiva e mostram-se, freqüentemente, instrumentos relevantes para a compreensão de um determinado momento histórico.

Os discursos presentes nos meios tornam-se, assim, importantes não apenas por aquilo que dizem ou pela forma como dizem, pela inclusão ou exclusão de temas, ou mesmo pela organização das narrativas, mas também por aquilo que calam, que ignoram. Da mesma forma, considerá-los como uma das instâncias que organizam os processos discursivos, implica reconhecer a importância dos interlocutores, presentes e ausentes, daqueles que possuem ou não o direito à palavra. Nesse sentido, consideram-se as manchetes de jornais, os artigos, as colunas específicas, a seleção de temas, as entrevistas

como resultado de escolhas que se pautam (ou não) pelas regras de organização do poder simbólico e que delimitam as concepções de mundo que se pretende oferecer. Ao editar falas, a mídia dá a medida do que pode ou não ser dito, em que circunstância e com que grau de visibilidade.

Ao incluir determinados grupos e eleger determinados temas, exclui todos aqueles que não foram convidados para o banquete da espetacularização. Entretanto, os discursos ausentes – o novo, o marginal, o indesejável - continuam a existir e levam as disputas pelo poder simbólico para outros espaços sociais com vistas à construção de significados capazes de gerar tanto discursos como realidades diferentes.

Assim, que nossos leitores estejam sempre atentos à heterogeneidade social e cultural e à desejável polissemia resultante da expressão das mais diversas vozes.

Maria Luiza Martins de Mendonça
Editora