
**Processos semióticos na comunicação cotidiana e sua midiáticação
na atualização da retórica contemporânea**

*Semiotic processes in everyday communication and its mediatization
in updating contemporary rhetoric*

Geder PARZIANELLO¹

Resumo

O discurso midiático reconfigura sentidos de mundo. Uma retórica contemporânea tem colocado em confronto discursos e contra discursos, promovendo consciências afinadas com a ideia de uma comunicação não violenta e de uma cultura de paz. Os signos midiaticizados reconfiguram significados em relação aos processos semióticos da comunicação cotidiana. Novos valores morais são figurados por meio de linguagens e processos cujas narrativas se mostram centradas em personagens que tomam formas surpreendentes com diferentes e infinitas semioses. Muito mais que fixar estereótipos e reforçar preconceitos, esta nova e distinta retórica presente no discurso de mídia se coloca em franca oposição àquela vigente em imaginários individuais ou coletivos que prega o ódio em detrimento da tolerância.

Palavras-chave: Comunicação. Semiótica. Discurso.

Abstract

The media discourse reconfigures world's senses. Contemporary rhetoric has pitted discourses and counter-discourses, and it has promoted awareness in favor of nonviolent communication and a culture of peace. The mediated signs reconfigure meanings in relation to the semiotic processes of everyday communication. New moral values are figured through languages and processes whose narratives are centered on characters which take surprising forms with different and infinite semeioses. Rather than fixing stereotypes and reinforcing prejudices, this new and distinct rhetoric in the media stands in stark opposition to that prevailing in individual or collective imaginaries that preach hatred to the detriment of tolerance.

Keywords: Communication. Semiotics. Discourse.

¹ Professor Associado da Universidade Federal do Pampa, líder do Grupo de Pesquisa Diálogos do Pampa Unipampa/CNPq. Doutor em Comunicação Social com pós-doutorado em *Medienwissenschaft* pela Universität Paderborn. Foi *Gastprofessur* na Universität zu Köln e *Visiting Researcher* convidado pela Università di Roma Tre, Itália. Professor colaborador do Mestrado em Comunicação no PPGC da UFPB. E-mail: geder@unipampa.edu.br

Introdução

A mídia afeta as percepções humanas de modo invariavelmente mais intenso que qualquer outra espécie de mediação nas relações sociais devido ao seu espaço próprio e relativamente autônomo, cada vez mais integrado ao cotidiano das pessoas. No ambiente social em que circulam as muitas semioses² de nossa cultura, também múltiplos discursos e seus contra discursos se confrontam, interpelando os sujeitos. Nos processos comunicacionais midiaticizados nos quais a sociedade humana se encontra sempre mais e de novo *colonizada*, atualizam-se signos e com eles novos sentidos e formas de expressão, novas narrativas e formações discursivas, caracterizando-se, a cada tempo, uma nova retórica contemporânea.

Muniz Sodré (2009) deu à retórica o sentido de ser outro nome para a comunicação, compreendida enquanto uso político do discurso. Consagrado como um dos mais expoentes pensadores do nosso campo, Sodré soube reconhecer nos estudos de mídia o espaço de investigação da retórica contemporânea.

Resgatando a tradição grega clássica que fez surgir, afinal, a retórica enquanto sendo parte do estudo originalmente chamado de *Trivium*, ao lado dos estudos de gramática e da lógica gregas na Antiguidade Clássica, os estudos em comunicação têm feito confluir a revisão de preceitos clássicos com novas abordagens quanto à forma com que se constroem e circulam sentidos e significados, imagens e palavras. A linguagem tem, assim, um espaço privilegiado na condição de objeto para análise nos estudos midiáticos e por força de seu caráter interdisciplinar notório, ela é capaz de oportunizar avanços no conhecimento acumulado acerca das linguagens e dos meios³.

² Semiose, no sentido peirceano, é a capacidade que tem o signo de representar e produzir significados infinitos. Há autores que chegam a compreender da leitura de Peirce que signo e semiose seriam sinônimos, inclusive, uma vez que o significado é parte estruturante de todo signo. (Cf. QUEIROZ, João. Semiose segundo C. S. Peirce / João Quieroz. - São Paulo : EDUC ; FAPESP, 2004.207 p.).

³ Neste artigo optou-se pelo uso indiscriminado dos termos *media* (em inglês) e de “meios” (em português), ambos significando não tão somente o conjunto amplo dos veículos de comunicação por meio dos quais a mensagem é difundida massivamente, (a mídia, os *media* ou os meios), mas também toda e qualquer unidade textual de sentido que circule entre uma ou mais audiências. Neste âmbito, uma fotografia, por exemplo, é também um *media*, ou um meio.

Ao longo das últimas quatro décadas pelo menos, o campo da comunicação social no Brasil aprendeu a se constituir na heterogeneidade de paradigmas, metodologias e objetos, em que pese este quadro tenha colocado a comunicação no limite entre a diversidade de temas e alguma dispersão.

Retórica, por assim dizer, é o estudo das formas. As formas com que surgem construídos os signos e os textos em suas tessituras, a forma como eles são organizados, veiculados, recebidos e interpretados⁴. Palavras circulam nas mídias como signos de conceitos ressignificados. Formas de expressão visual e verbal se transportam dos processos semióticos de comunicação interpessoal e grupal cotidiana para uma comunicação massiva, gerando novas narrativas e pretendendo novas consciências. Migram do cotidiano das pessoas e seus processos comunicativos para outras formas midiáticas. E de mídias para mídias: das redes sociais para a televisão. Surpreendem, envolvem, fascinam. Elas nos fazem ver e perceber mundos outra vez novos e desejar que também outros mundos por sua vez sejam pensados, desejados e construídos.

Mais que manipular ou forçar leituras, o poder das mídias em suas formas de linguagem está na possibilidade hoje de abrir para as audiências a pluralidade de mundos sentidos, bons ou maus. Em especial os estudos acerca das narrativas em comunicação desenvolveram-se muito nos últimos anos e uma das contribuições inovadoras foi, sem dúvida, o fato de que estes estudos recuperaram como objeto a categoria da personagem. No discurso midiático moralizador que renova a retórica social sobre valores, por exemplo, como propõe este artigo, a personagem surge figurada e refigurada. No discurso vigilante da conduta moral que produz a mídia, a personagem transfigurada é um recurso de narrativa, uma forma retórica.

A força com que discursos personificados se fazem sentir no espaço público permite que se fale da noção de personagem midiática. De certa forma tais discursos tencionam o debate intelectual entre personagem e pessoa e entre ficção e não ficção;

⁴ Evidentemente que a noção de signo como a conhecemos através de Peirce (1839-1914) ou de Saussure (1857-1913) ainda não existia, mas desde Platão, (428/427 - 348/347 a.C) e do diálogo de Crátilo e Hermógenes com Sócrates, e depois deles com a transição da Antiguidade trazida por Agostinho de Hipona (354-430) sempre se teve preocupação com estabelecer distinções entre as palavras e as coisas, entendidas estas como representadas, depois tratadas pelos primeiros nominalistas, no Século XI. A primeira forma de construção representativa que ocupou a atenção dos retóricos foram as metáforas, daí a relação com a representação que é a ideia conceitual primeira de signo. Retórica e semiótica podem ser, assim, entendidas como sendo cada uma delas a dimensão da outra.

entre o real e o imaginário. Destarte toda uma tradição plural nos estudos sobre o imaginário, toma-se para efeito deste artigo o conceito de imaginário conforme define Juremir Machado da Silva (2017) enquanto excesso de imaginação que dá sentido às experiências de cada indivíduo.

Na intencionalidade da reflexão, o que se quer é pensar os signos midiáticos que se leem em semioses inesperadas no cotidiano vivido quando tomados alguns tipos de discursos personificados de fundo moral veiculados pela mídia. Os signos atualizados midiaticamente na dinâmica social destas personificações são ressignificados em relação à forma como eles antes circularam nas esferas de comunicação massiva e dali para as consciências humanas. Não apenas o cinema, a literatura e a indústria da música escancaram, por exemplo, a ressignificação de signos do cotidiano, mas também a televisão e as mídias sociais com a internet têm promovido o escancaramento de contra discursos em oposição ao mundo de vertentes ora mais cordial, ora mais tolerante⁵.

Com efeito, a ação simbólica ou semiótica nunca é direta, e por isso Peirce usa o conceito de “mediação” (ANDACHT 2013, p.15) por meio da qual os signos conseguem “mudar o mundo”. Meios medeiam signos que medeiam mundos. No campo do Direito, por exemplo, esta noção de mediação corresponde a um paradigma absolutamente novo de atuação da Justiça e que tem feito crescer a compreensão em torno do que se conhece hoje por Justiça Restaurativa, conceito criado por Albert Eglash (1975), um psicólogo que trabalhava com detentos e que defendeu a importância do que chamou de justiça restaurativa em contraposição à concepção tradicional da justiça criminal, a justiça punitiva-retributiva, em complementação àquela em que, hoje em dia, atuam primeiro mediadores judiciais, preferencialmente leigos, voltados a promover a dissonância cognitiva em torno dos sentimentos que subjazem a causas processuais, as quais são por vezes, simbolicamente, mais fortes que a motivação concreta de uma ou mais partes nos processos.

⁵ A Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO) em 1999 faz nascer um movimento que ficou conhecido como Cultura da Paz, com objetivo de prevenir situações que coloquem potencialmente em ameaça a paz e a segurança – como o desrespeito aos direitos humanos, discriminação e intolerância, exclusão social, pobreza extrema e degradação ambiental – utilizando com principais ferramentas a conscientização, a educação e a prevenção. De acordo com a UNESCO, a cultura de Paz “está intrinsecamente relacionada à prevenção e à resolução não-violenta de conflitos” e fundamenta-se nos princípios de tolerância, solidariedade, respeito à vida, aos direitos individuais e ao pluralismo. Sobre a Unesco, ver: <https://nacoesunidas.org/agencia/unesco/>

Howard Zehr, desde os anos 1970, foi o maior defensor da ideia de que a pacificação social pudesse ser, em tese, alcançada por via da solução consensual de conflito. A mediação exercida pelos *media* tem outro papel, mas a finalidade é semelhante. Ao promover discursos que sejam capazes de carregar signos e seus interpretantes dinâmicos de tolerância, respeito, diversidade, inclusão, e etc., a mídia reconfigura o real e reconcilia a sociedade, via opinião pública, formadores de opinião e homens de massa, levando-os a valorizarem mais as lógicas subjetivas e menos as lógicas formais na resolução de conflitos (morais, de identidade, socioculturais, etc.). Programas de televisão passam a ouvir em entrevistas alguns condenados que cumprem pena nos complexos prisionais, por exemplo. Algumas tentativas são feitas para que vítima e agressor sejam colocados frente a frente e estas tentativas são por vezes mediatizadas.

Trata-se de um paradigma completamente novo. Num mundo que vem aprendendo a valorizar mais os sentimentos e as emoções que a razão pura, em franca era da pós-verdade (post-truth), a mídia terá sempre mais que atualizar discursos e cumprir um decisivo papel na promoção da cidadania. Ela, assim como nós todos, precisará estar permanentemente pronta a se reinventar e a cumprir efetivamente o seu papel de mediar sentidos.

1 A percepção fenomenológica

Ocorrências discursivas na mídia brasileira vêm ensaiando novas retóricas⁶. O processo comunicacional mediatizado que transfigura sujeitos em nome de uma moral é uma das marcas singulares desde nossa percepção fenomenológica. É preciso uma hermenêutica para vê-los, levando-se em conta que as hermenêuticas analíticas partem de um princípio maior para análise dos fenômenos sociais e a partir daí configuram percepções da realidade da ordem do sensível ou da subjetividade (PEREIRA, 2014).

Uma primeira marca de percepção fenomenológica concernente ao argumento central deste artigo se tem no exemplo da recente campanha institucional da Rede

⁶ Algumas retóricas inovadoras são verbais como analisa este artigo, outras são visuais, como a experimentada por reportagem especial sobre a tragédia de Mariana (MG) e que vem sendo estudada como jornalismo de imersão: <http://especiais.g1.globo.com/jornal-nacional/2015/desastre-ambiental-em-mariana-mg/a-tragedia-em-360/>

Globo de Televisão no Brasil, em torno do conceito de 'Respeito', palavra-título de uma narrativa institucional veiculada a partir de março de 2017 em todo o País. A narrativa se encontra dentro de uma lógica discursiva social ocidental, em franco crescimento, firmada na entrada deste século, correspondente a formações discursivas ideológicas em favor da igualdade de oportunidades e de direitos. Nela se inserem as vozes em favor da identidade de gênero, da igualdade das mulheres e da luta em defesa das minorias, por exemplo.

Movido a Respeito: em campanha da Rede Globo⁷, piloto controla carro de F1 por comandos cerebrais. A mensagem institucional traduz uma moral deste nosso tempo. A produção de sentido na vida contemporânea vem cada vez mais promovida pela mídia de massa e capaz de renovar a retórica de formações discursivas vigentes. Em outubro de 2016, a Globo viu o vídeo da artesã Mariana Sousa recitando poema sobre intolerância religiosa e a convidou para fazer parte da plataforma *Tudo Começa Pelo Respeito*. Segundo a artesã em seu vídeo, embora com outras palavras, ela explica que o outro nunca será do jeito que se quer, assim como nós mesmos nunca seremos do jeito que os outros querem que sejamos. Ela falava de tolerância e de preconceito. E assim, nasceu a ideia de gravar aquela primeira mensagem, que pouco tempo depois, em março de 2017, resultaria no convite para a campanha global sobre o Respeito, com novas gravações e mensagens.⁸ A este vídeo seguiram-se então vários outros dentro da mesma campanha institucional.

Tomando o imaginário como quer Juremir Machado da Silva (2017) enquanto *uma consciência possível do existente*, o signo midiático do Respeito reordena neste discurso os sentidos de mundo e de pertencimento e, neste caso em análise, especificamente, favorece uma consciência (imaginária) de sociedade justa e civilizada, em franco contra discurso aos sentidos que povoam neste mesmo tempo histórico as redes sociais e o nosso cotidiano no *puro real*. Recuperando Feyerabend, Juremir Machado nos lembra da necessidade que temos de um mundo imaginário para descobrir os traços do mundo real que supomos habitar.

⁷ Para assistir ao vídeo da campanha, acesse: <https://www.youtube.com/watch?v=gK7phgZB4KU>

⁸ Para assistir ao vídeo que inspirou a campanha da Rede Globo: <https://www.youtube.com/watch?v=YhscgZvARow>

O apelo racional e lógico que precisa efetivamente acompanhar a construção das consciências se dá personificado e nesse particular interessa sua capacidade enquanto signo. Na campanha da Rede Globo, relata-se que Rodrigo Mendes perdeu o movimento com 18 anos em um acidente. Na ação de dirigir um carro apenas com a força da mente, ele desafia seus limites e seu exemplo mobiliza a sociedade para uma mudança de atitude. Um capacete capta ondas cerebrais e devolve à personagem a emoção da liberdade de decidir sobre seus movimentos, presumivelmente, assim como decidimos, pelo menos teoricamente, pela nossa conduta em relação à tolerância ou ao preconceito e diversos outros dilemas morais de nosso tempo.

No vídeo da campanha, os “parabéns” expressos ao “Rodrigo”, enquanto *primeiro homem a dirigir com a força da mente* parece poder sinalizar para um papel protagonista ameaçado em sua vida pela condição de paraplégico após o acidente sofrido. Na proposta da campanha institucional subjaz a verdade de que a igualdade e o respeito às diferenças está nas atitudes. O não-dito se expressa na negação da moral vigente na realidade do mundo dos sistemas, no qual situam-se as improbabilidades, a exaltação das diferenças e os limites de condições ao invés da superação deles. Em verdade, pouco importa se a emoção vivida pela personagem é momentânea ou uma ilusão se pensado o mundo do sistema em contraste com o mundo da vida desde uma visão habermasiana.

Francisco Rüdiger (2011, p.99) aponta que a sociedade é constituída por complexos sistêmicos e cujas ações coordenadas pelo simbólico da linguagem decorrem de movimentos de racionalidade comunicativa. Nas palavras do autor:

A sociedade é constituída, portanto, por complexos sistêmicos e estabilizados de ações coordenadas simbolicamente pela linguagem, cujas transformações, todavia, decorrem dos diversos movimentos de racionalidade comunicativa verificados na história. A comunicação comanda o processo dialético de evolução social: as necessidades de reprodução material servem somente de estímulo, na medida em que os processos de trabalho, embora condicionem seu desenvolvimento, precisam ser mediados comunicativamente para engajar os sujeitos (RÜDIGER, 2011, p.99)

Tais mediações devem ser compreendidas na forma de entendimento/comunicação, que acabam, como coloca Habermas (1987, v.2, p.265), “mediatizando o mundo da vida”.

Os atos de fala se desencadeiam quando a reprodução simbólica do mundo da vida está ligada à ação comunicativa. Estes atos provocam uma racionalização do mundo da vida dos grupos sociais, à medida que a linguagem preenche as funções de alcançar o entendimento, coordenar ações e socializar os indivíduos (Habermas, 1987a).

Primeiramente Honneth (2003) e depois Forst (2010) ampliaram a compreensão de Habermas para aspectos da construção do reconhecimento enquanto moral social e para aspectos filosóficos específicos de tolerância e justiça social.

Na narrativa institucional protagonizada por Rodrigo pouco importa a ilusão vivida porque o sentimento de pertencimento da personagem a outro grupo que não o da exclusão social e do sofrimento individual, parece resgatar-lhe alguma dignidade humana e de justiça, de liberdade e de direitos. O signo do Respeito semiosifica, assim, para signos desdobrados de superação, de segunda realidade, de sentido a sua existência. Não há mais apenas o dizer sobre o respeito, numa primariedade do signo. A personagem facilita as semioses todas. As audiências buscarão reconhecimento. Encontrarão sentidos de uma ordem moral que pelo não dito condena a acomodação, a resiliência e a negação da possibilidade de uma vida plena, de movimentos, direções e vontades. Desacomoda sentidos.

A televisão auxilia neste processo, aliando-se às redes sociais numa perspectiva de difusão compartilhada do contra discurso cristalizado e acomodado na cultura cotidiana, marcado pela crença de que o real seja inviável e impossível. De repente, mobiliza-se uma consciência coletiva para a negação dessa cultura vigente e desenvolve-se, aos poucos, a consciência de sua contradição. Tudo o mais é possível. Até dirigir um carro de Fórmula 1 apenas com comandos cerebrais. O mundo real é o mundo das vontades. O pensamento comanda o que no mundo existe.

Habermas foi leitor de Peirce. Ele adverte que Peirce fala muito pouco em comunicação, o que considera surpreendente de verificar num autor que se mostra “fortemente convicto de uma estruturação verbal do pensamento (CP:5.421) e que

define que *toda evolução lógica do pensamento deveria ser dialógica*". (HABERMAS, 2001, p.9).

Escreve Juremir Machado da Silva (2017, p. 30) que “o real canta os indivíduos e suas produções materiais como épicos injustiçados”. A injustiça pode estar no infortúnio de uns, na sorte de outros. No direito de exercer a liberdade de ir e vir quando outros se encontram impedidos de fazê-lo. Coloquemos os sentidos da forma como percebidos presumivelmente por certos auditórios de que se o cotidiano nos interpela por um discurso que sustenta este imaginário de um épico injustiçado, a renovação retórica residirá justamente na inversão deste signo para semioses antes não previstas, capazes de reconfigurarem a personagem e emprestar-lhe uma identidade inversa.

Neste tempo presente de nossa história vigem as epopeias dos antes limitados, sofredores e injustiçados. A moral de nosso tempo é inclusiva graças à disseminação e cimentação de signos personificados que enfrentam a dicotomia da tradição que os colocava como vítimas. O corte antagonístico que se faz sentir entre uma discursividade e outra, entre a tradicional produção de semioses por signos de mártires agora se transfigura via meios de comunicação em signos capazes de semioses justamente opostas. A contradição é, afinal, uma marca do contemporâneo (HARVEY, 2000).

Assédio, machismo, homofobia, racismo. A sociedade não aguenta mais tanta violência. Tudo começa pelo respeito. Estes são os motes do discurso civilizador midiaticizado e que pretende desconstruir o estereótipo firmado de que vivemos numa sociedade em que desiguais não tenham oportunidade ou na qual o discurso do ódio⁹ ainda prevaleceria. Para reconfigurá-lo impõem-se as discursividades midiaticizadas da cultura da paz, da comunicação não violenta¹⁰, da mediação de conflitos e de uma nova ideia de justiça e de cidadania no Ocidente. Traduz-se na linguagem midiática um ideal de uma sociedade fundada no Respeito. Produz-se, assim, uma nova forma de verossimilhança, em que o princípio da realidade é dado quase que exclusivamente pela

⁹ Segundo Spinoza (1632-1677), o ódio é uma forma de tristeza ligada a um objeto exterior que imaginamos como sua causa. Uma tristeza que está ligada à ideia de impotência. As redes sociais tem dado espelhamento a discursos do ódio. Antígona, de Sófocles, já admitia que ela não tinha sido feita para conviver com o ódio. (SÓFOCLES. Antígona. Trad. Donald Schüler. Porto Alegre: P&PM, 2006).

¹⁰ A comunicação não violenta (CNV) por Marshall Rosenberg apoia o estabelecimento de relações de parceria e cooperação, em que predomina comunicação eficaz e com empatia. Enfatiza a importância de determinar ações à base de valores comuns. (ROSENBERG, Marshall B. Comunicação não violenta. Técnicas para aprimorar relacionamentos pessoais e profissionais, 1 ed. São Paulo: Summus, 2006.)

tecnologia, num ambiente de força indicial. (SACRAMENTO, 2009). A experiência humana agora atrelada corporeamente à tecnologia altera no social os padrões de conduta, ações e emoções.

Contra discursos neste sentido como os que dão consciência em relação a valores morais como o do respeito e que personificam, em geral, celebridades e políticos como signos refigurados, se encontram, por exemplo, no jornalismo de cobertura recente dos fatos de corrupção no Brasil, com a transfiguração do homem político corrupto em delator e o status privilegiado não apenas judicial que esta condição lhe confere, mas também social e junto à opinião pública. As semioses se dão para sentidos outros que não o crime cometido. O delator é um colaborador. Esquece-se que seja um criminoso. Sua imagem é transfigurada e ele poderá cumprir pena em domicílio, vivendo das benesses de parte do dinheiro desviado, já que negocia a devolução de uma parcela geralmente irrisória do dinheiro da corrupção. A transfiguração da moral nestes casos é claramente personificada substituindo-se signos de ética por signos de ordenamento jurídico e ritos processuais.

Com efeito, nem sempre esta nova discursividade favorecida pela mídia transfigura sujeitos para dar-lhes uma qualidade positiva. Como dito antes, a retórica contemporânea atualiza os processos semióticos de comunicação midiaticizada na pluralidade de mundos sentidos, bons ou maus.

O jornalismo tem em outro fenômeno o exemplo desta transfiguração negativa. É o caso do *gaslighting* na notícia. O termo refere-se a uma prática existente na mídia de representação iconográfica (não mais indicial, como no primeiro caso da campanha institucional sobre o Respeito) que faz com que a mulher e todos a sua volta acreditem que ela enlouqueceu e que não é mais capaz de seu próprio juízo e que, atualmente, nomeia o que determinados veículos de comunicação fazem quando pautam a loucura como uma justificativa para atacar figuras femininas que estão no poder. O *gaslighting* é um ataque feito apenas às mulheres e essa forma de fazer jornalismo se configura como uma linguagem ofensiva.

A revista *IstoÉ*, na edição nº 2.417 de 06.04.2016, traz a imagem transfigurada da então presidente Dilma Rousseff na capa. O *gaslighting* é visível na reconstrução digital de seu rosto e sua expressão bem como no trecho do subtítulo em que se lê: “Em

surtos de descontrole, com a iminência de seu afastamento e completamente fora de si, Dilma quebra móveis dentro do Palácio, grita com subordinados, xinga autoridades, ataca poderes constituídos e perde (também) as condições emocionais para conduzir o país.”

O tratamento *gaslighting* da notícia se deu também com a ex-presidente da Argentina Cristina Kirchner, por exemplo, na revista *Noticias de la Semana*, (junho/2013) em que a primeira frase do subtítulo já denotava o *gaslighting*: “*Está fuera de sí. Les grita a todas, incluídos los más leales. El cruce con Guillermo Moreno que lo hizo tambalear. Los desplantes a la jefa de los fiscales. Los retos a Zannini y a Abal Medina por no controlar la Corte Suprema.*”¹¹ O jornal norte-americano *New York Post*, por sua vez, também usou do *gaslighting*, ao retratar a então primeira dama Michelle Obama com o título “*Mad as Hell Michelle*”. No subtítulo da matéria veiculada, o jornal reproduz uma fala de Michelle: “*I’m NOT some angry black woman*”, (em tradução livre: “Eu não sou uma mulher negra com raiva”), mas a imagem dizia o contrário. (January, 2012)¹²

Os estereótipos da fragilidade, loucura e incapacidade não foram criados pela mídia, evidentemente, mas são atribuições que foram reforçadas através do tempo. Porém ao serem usados no jornalismo, cada vez mais se tornam fortes e servem de embasamento para quem já tem essas preconceções construídas na mente. Neste caso em particular, não se trata de um reforço, mas de uma transfiguração das personagens. As três ex-presidentes, notadamente a do Brasil, a da Argentina e a dos Estados Unidos, vinham sendo simbolicamente representadas por signos opostos na mídia em relação à imagem que delas a própria mídia antes ajudara a construir. Eram mulheres fortes,

¹¹ Em tradução livre: “Está fora de si. Grita com todo mundo, inclusive com os mais leais. Passa por Guillermo Moreno e quase o faz cair. Os desmandos com a chefia dos fiscais. Os ataques a Zanini e Abal Medina por não controlarem a Corte Suprema”.

¹² As capas referidas podem ser vistas respectivamente em: IstoÉ EDIÇÃO Nº 2417. 06.04.2016 . Disponível em: <http://istoe.com.br/edicao/894_AS+EXPLOSOES+NERVOSAS+DA+PRESIDENTE/> Acesso em 22.Maio 2016; *Noticias de La Semana* do mês de junho de 2013. Disponível em:<<http://www.revistaforum.com.br/2016/04/03/81404/>>Acesso em 22 Maio, 2016. Além da capa do jornal *The New York Post* de 12 de janeiro de 2012. Disponível em: <<https://www.buzzfeed.com/mattcherette/the-new-york-posts-smart-ass-michelle-obama-c>> Acesso em 22 Maio, 2016.

líderes, eleitas pelo povo. E neste momento histórico, enfrentavam por diferentes razões políticas e conjunturais, sua transfiguração real e midiática.

A mídia tem feito transportar signos para além da fixação de estereótipos, antes colaborando para a percepção de novas consciências. Exemplo disso pode estar no ineditismo de formato personificado do programa *Estação Plural*, que vai ao ar pela Ctv. Brasil, toda segunda-feira às 22h, com reprise de segunda para terça, às 2h e sábado para domingo à 1h. O programa foi ao ar pela primeira vez na TV brasileira, em transmissão nacional, por sinal aberto, no dia 04 de março de 2016 enquanto uma proposta totalmente diferente do tradicional, tendo seus três apresentadores fixos, todos ligados em suas subjetividades e identidades ao universo LGBTT'S: a cantora e compositora Ellen Oleira, o jornalista Fernando Oliveira (Feito) e a integrante da banda Ou, Mel Gonçalves. Toda semana o programa recebe, desde então, um convidado para tratar de pautas de comportamento.

Na auto definição dos seus organizadores, o objetivo das conversas foi desde o começo o de construir “um debate rico e plural, a partir de óticas singulares”¹³. O programa personifica as variações de gênero. Quem apresenta o programa são sujeitos visibilizados em suas subjetividades identitárias, transfigurados positivamente, de forma aberta, capazes de se autoquestionarem publicamente. Mediando-se entre si, conversam com entrevistados. Produzem sentidos absolutamente novos para presumidas audiências e os signos que movem são os mesmos dos discursos da moral vigente na cultura, em contra discurso à moral tradicional. O programa assim medeia audiências.

2 Mediação e tolerância

A comunicação humana cotidiana encontra-se toda ela marcada pela mediação. Veículos de comunicação se mostram menos enquanto espaços de um discurso de representação e mais enquanto agentes produtores de sentido. A passagem de uma sociedade mediática representacional para uma sociedade mediatizada tendo a mídia como produtora de sentido era já uma interpretação oferecida no começo do Século XXI

¹³ <http://tvbrasil.ebc.com.br/estacaoplural>

por semanticistas como Umberto Eco e logo depois dele por Eliseo Verón. (ANTUNES et alii, 2010, p.221).

Santaella (2007), reafirmando Sodré, dirá que midiatiza o funciona como uma ordem de media es socialmente realizadas, um tipo de intera o. Estas midiatiza es estão relacionadas   exacerba o midiática. Os signos da tolerância surgem para superar a aceita o da diversidade apenas no limite do que “eu penso”. As sociedades- de discurso de Foucault, de Controle de Delueze e aquela tensionada por campos como quer Bourdieu - encontram-se modificadas outra vez. Igualdade, diversidade e tolerância são marcas do discurso do politicamente correto e de enfrentamento do discurso do ódio. O *Bios midiático*¹⁴ implica uma nova percep o mental de modo que o sujeito se relaciona diferentemente com o que considera verdade.

Neste contexto de um imaginário novo, de um mundo mais fragmentado e pluralista, fica difícil determinar quem influencia quem (HARVEY, 2000: p.61ss).   preciso escapar de determinismos que dão   televisão um papel mais decisivo nestes processos, como explica David Harvey, de forma a compreender “a potência dessa força na moldagem da cultura como modo total de vida” (idem).

Nossa compreensão da realidade   dependente diretamente da fun o que estes signos carregam e que nos fornece uma espécie de gramática de mundo. A rela o de simbiose entre semiótica e comunica o   antiga. Em 1690, em *Ensaio acerca do entendimento humano*, John Locke pensa a *semeiotik * como estudo dos meios pelos quais o conhecimento   aprendido e comunicado.

Espécies de socioletos comunicacionais se criam. Formas singulares de se dizerem as coisas. As palavras já não apenas nominam o mundo. Possuem o poder de criar vida própria e mundos particulares. A própria instância midiática se constitui em uma instância de poder na medida em que suas enuncia es, mesmo que mediando outros discursos, constitui-se em um discurso, o discurso das m dias (CHARADEAU, 2006).

Como uma pessoa se torna egoísta e sem abertura para o outro tem a ver com a nossa capacidade de rela o com as pessoas. O modo como a gente pensa está

¹⁴ Na percep o que hoje temos, a sociedade midiatizada configura-se uma existência generalizada onde se dão as representa es da vida social, A esta existência Muniz Sodré denomina *Bios midiático* (SODRÉ, 2007).

diretamente ligado ao modo como a gente sente e com o modo como a gente age. A mídia pode ajudar na transformação social dessas percepções, mais que fixar estereótipos. As passagens são símbolos arquétipos inconscientes os quais não possuem nenhuma técnica, totalmente dominadas pelo mito, pelo em que a realidade de transfiguram em utopias, androgenias, hibridismos. Em um mundo finalmente interdisciplinar, em uma sociedade de mortos-vivos, na qual tentativas de niilismo e de anarquia como projeto político confrontam-se com novas formas de democracia e novos construtivismos. A história antes como declínio e decadência, passa agora a obedecer menos à lógica do pior. Nas relações sociais, digitais ou não, as pessoas que agem com presumido ou efetivo poder humilham e se apropriam da liberdade alheia, maltratam aqueles a quem conseguem subjugar. Novas retóricas contemporâneas de ódio e intolerância têm feito fomentar esse comportamento.

A tolerância se impõe em nosso tempo como uma espécie de virtude moral contrária àquela opressão dos antes poderosos. Neologismos importados da cultura da pesquisa social norte-americana nos colonizam e passamos a falar numa tentativa de tradução em “empoderamento” (*empowerment*). O sujeito deve de novo se comportar conforme espera dele a sociedade. Não deixa de ser sempre de novo uma forma de colonialismo ideológico. Quando ele surge, este novo discurso, a impressão é de que ele é libertador e mais justo que as normas morais que vigiam antes dele. Com o tempo, ele se torna por sua vez também uma moral condenável à medida que outras e novas formas de ideologia moral, mas aperfeiçoadas, passem a vigorar. É neste sentido que vemos a mídia como mediadora da reconfiguração de signos que transportam sentidos morais a cada novo tempo. Desde a perspectiva aqui adotada neste artigo, a mídia se presta mais a este serviço que a reforçar estereótipos e a promover preconceitos.

Como os valores da tolerância não são exatamente internos em nossa natureza, eles precisam ser alfabetizados em nossos imaginários, daí campanhas como a do respeito e discursos que reordenam a imagem de personagens ressignificando o que elas representem para a sociedade, pretendendo o convencimento de formadores de opinião e deles para a grande massa.

O mundo mediado requer de nós que nos empenhemos por mediações capazes de garantir a todos e todas o direito de existir e manifestar a sua subjetividade. Por isso

é cada vez mais necessário e ideal que os sujeitos busquem a compreensão de si mesmos. À medida que estendemos aos outros a compreensão de nós mesmos, nossos afetos e como os organizamos, passamos a tolerar também os outros. Este autoconhecimento é, afinal, o grande ideal da Filosofia e está relacionado com a busca da felicidade. Tolerância, neste paradigma, não tem a ver com suportar o outro, na semântica básica do termo, mas aceitar sua diversidade na pressuposição de uma relação de alteridade em que os egos sejam submetidos a formas diversas de racionalidade.

Voltaire, no Século XVIII, defendeu a tolerância como um fundamento que permite a convivência. Tolerância enquanto fundamento da racionalidade humana. A intolerância, por sua vez, tem a ver com o que não seja tão racional, como as paixões e os afetos. Ao escrever o seu *Tratado sobre a Tolerância*, em 1763, o filósofo pretendia buscar o convívio entre protestantes e católicos na França de seu tempo. Ainda hoje os conflitos de base religiosa e fundamentalistas, escondidos atrás de interesses, sobretudo econômicos, se traduzem em diversas partes do mundo em guerras bélicas e morte de centenas de milhares de pessoas. Mas existem outras guerras em nosso tempo, de intolerância linguística, geográfica, social e cultural, nos contextos urbanos cotidianos e nos movimentos de migração e de refugiados. Só uma comunicação verdadeiramente voltada para outros fins que não a dominação e o poder é que poderá de fato mediar estas diferenças.

Considerações finais

Prefiro a imagem mental de *perspectivas* à possibilidade de pensar em conclusões mesmo que incompletas, ou ainda, imperfeitas, por vezes chamadas de *inconclusões* ou de *considerações finais*. Prefiro o termo *perspectivas* primeiro, porque em geral as ideias neste momento da pesquisa nunca são propriamente um pensamento final senão exatamente começo de outra coisa. Mesmo porque, pelo menos em ciência, o fim não existe, assim como não se chega, felizmente, jamais a conclusões provisórias ou definitivas. Enxergam-se caminhos.

Se a interpretação da realidade depende de um *verstehen* (compreender) na concepção sociológica alemã em oposição à tradição positivista da *Erklärung* (o

esclarecimento) é muito em parte porque considerações de final de pesquisa não são senão perspectivas de entendimento.

A linguagem precisa ser referente e aberta na ciência contemporânea. Ela precisa gerar acontecimento e superar o máximo possível a sua opacidade. A linguagem deve ser sempre mais aperfeiçoada e sentida para ser capaz de equilibrar espíritos em atos comunicacionais, administrando conflitos. A mediação é necessária e os meios de comunicação neste contexto medeiam as consciências ao invés de manipulá-las.

A questão é saber o poder dessa articulação discursiva na construção de uma nova realidade social e o modo como esta mediatização das subjetividades molda por sua vez novos afetos e significações, do campo da vida íntima e familiar às esferas mais diversas da vida política. A aceitação da diversidade com limite na opressão histórica; a superação de preconceitos com a compreensão de que a vida não tem barreiras nem fronteiras exatas; a construção da identidade pelo que se sente independente de convenções culturais e educações que foram dadas, enfim, modelos de discursos que exigirão uma educação para os meios, novas alfabetizações midiáticas.

O mundo fragmentado busca linguagens comuns: algum consenso em torno do Respeito e de todos os valores que se acredita que sejam necessários à vida sem ódio e sem guerras. Será preciso controlar as palavras, vigiar as formas de comunicação. As palavras são esotéricas, elas guardam segredos e mistérios e produzem seu reencantamento. Requerem cuidados. Permanentes. A mídia sabe perfeitamente disso e explora este universo de sentidos que explode numa nova espécie de hermenêutica em que o real é um fenômeno linguístico.

Referências

ANDACHT, Fernando. **Prólogo**: um passeio guiado e ilustrado pelos mundos da Semiótica e da Comunicação. *In*: RUSSI, Pedro. (Org). *Processos Semióticos em Comunicação*. Brasília: Editora da UnB, 2013.

ANTUNES, E., VAZ, P.B, LEAL, B.S. De Quem é a Agenda? *In*: BENETTI, Marcia; FONSECA, Virgina P.da S. **Jornalismo e Acontecimento**: mapeamentos críticos. Florianópolis: Insular, 2010.

CHARADEAU, Patrick. **Discurso das Mídias**. São Paulo: Contexto, 2006.

HABERMAS, J. **The theory of communicative action**. Vol 2. Lifeworld and system: A critique of functionalist reason. Boston: Beacon Press, 1987.

HABERMAS, J. **Textos e contextos**. Lisboa: Instituto Piaget, 2001.p.9-32.

FORST, Rainer. **Contextos de justiça**. São Paulo: Boitempo, 2010.

HARVEY, David. **Condição pós-moderna**. São Paulo: Loyola, 2000.

HONNETH, Axel. **Luta por reconhecimento**: a gramática moral dos conflitos sociais. São Paulo: Editora 34, 2003.

LOCKE, J. Ensaio acerca do entendimento humano (1690). *In: Os Pensadores*. São Paulo: Nova Cultural, 1999.

MACHADO DA SILVA, Juremir. **Diferença e descobrimento**: o que é o Imaginário? (A hipótese do excedente de significação). Porto Alegre: Sulina, 2017.

QUEIROZ, João. **Semiose segundo C. S. Peirce** / João Quieroz. - São Paulo: EDUC ; FAPESP, 2004.207 p.

PEREIRA, Wellington. Seis leituras heurísticas para análise jornalística. *In: Culturas Midiáticas*. João Pessoa: UFPB. Ano VII, n. 13 - jul-dez/2014. Disponível em: <<http://periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/cm/article/view/24454/13381>> Acesso em: 26 ago, 2016.

PINTO, José Marcelino de Resende. **A teoria da ação comunicativa de Jürgen Habermas**: conceitos básicos e possibilidades de aplicação à administração escolar. Ribeirão Preto: Paideia, 1995. [online]. 1995, n.8-9, pp.77-96. ISSN 0103-863X. Disponível em:<<http://dx.doi.org/10.1590/S0103-863X1995000100007>> Acesso em 06 ago, 2016.

ROSENBERG, Marshall B. **Comunicação não-violenta**: técnicas para aprimorar relacionamentos pessoais e profissionais 1 ed. São Paulo: Summus, 2006

RÜDIGER, Francisco. **As teorias da comunicação**: ação comunicativa. Porto Alegre: Penso, 2011.

SACRAMENTO, Igor. **A Retórica na Sociedade Midiatizada**: a força-índice do verossímil. *In: LOPES, L. & SACRAMENTO, Igor (Orgs). Retórica e Mídia. Estudos Ibero-Brasileiros*. Florianópolis: Insular, 2009.

SANTAELLA, Lúcia. **As Linguagens como antídoto ao mediacentrismo**. *In: Revista Matrizes*. Revista do Programa de Pós-graduação em Ciências da Comunicação da Universidade de São Paulo. Ano 1.N.1, pp.75-97, 2007.

SODRÉ, Muniz. Sobre episteme comunicacional. *In: Revista Matrizes*. Revista do Programa de Pós-graduação em Ciências da Comunicação da Universidade de São Paulo, ano 1, N.1, pp. 15-27, 2007.

SÓFOCLES. **Antígona**. Trad. Donald Schüler. Porto Alegre: P&PM, 2006.

SPINOZA, Baruch. **Tratado Político**. Tradução, introdução e notas: Diogo Pires. Revisão da tradução de Homero Santiago. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2009.

ZEHR, Howard. **Fundamental concepts of restorative justice**. Akron, Pennsylvania: Mennonite Central Committee, 1997.