



05

Artigo recebido em: 11/09/2016

Artigo aprovado em: 20/09/2016

DOI 10.5380/2238-0701.2016n12p149-163

Cognição. Enunciação. Produção de sentido.





Media, pedagogia e democracia¹

Médias, pédagogie et démocratie

Media, pedagogy and democracy

JEAN-PIERRE MEUNIER²

Resumo: Na corrente da crítica generalizada de todas as formas de poder que exerceu a repressão após os acontecimentos de sessenta e oito, os *media* foram incriminados na sua forma, em virtude de induzirem uma relação social que implicasse uma separação entre o emissor e o receptor e a relação unilateral de transmissão de conteúdos com sentidos legíveis e unívocos. Na Bélgica, o encontro entre os militantes de certas televisões comunitárias (nomeadamente o canal “Canal emploi” de Liège) em busca de novas estratégias educativas destinadas ao grande público e Geneviève Jacquinot, esteve na origem de uma procura frutífera de transformação da forma da relação mediática. O trabalho teórico de Geneviève Jacquinot apresentava conceitos e ferramentas de análise que permitiam direcionar a linguagem audiovisual no sentido da abertura, da ambivalência e da negociação do sentido. Na sequência desta pesquisa, e de outras do mesmo gênero, pode-se afirmar que a problemática da produção de sentido na comunicação audiovisual compreende dois

¹ Tradução de Lia Raquel Oliveira

² Université Catholique de Louvain, Bélgica, jean-pierre.meunier@uclouvain.be

aspectos relevantes: a enunciação e a cognição. Do ponto de vista da enunciação, verifica-se abertura de sentido quando os receptores são colocados numa configuração relacional que torna possível um debate intersubjetivo. Do ponto de vista cognitivo, dá-se um processo educativo de produção de sentido quando os receptores desempenham um papel ativo na elaboração de sentido a partir das imagens observadas e das falas ouvidas. O grau de reflexão implicado nesta elaboração constitui um aspecto importante do processo cognitivo. Os procedimentos retóricos, abundantes nas produções audiovisuais, mostram uma grande variedade relativamente a este aspecto.

Palavras-chave: Cognição; Enunciação; *Media* de grande público; Produção de sentido; Reflexividade.

Résumé: *Dans le cours de la critique généralisée de toutes les formes de pouvoir qui sévit dans l'après-soixante-huit, les médias ont été incriminés dans leur forme, en raison du fait qu'ils induisaient un rapport social impliquant séparation entre émetteur et récepteur et relation unilatérale de transmission de contenus de sens lisibles et univoques. En Belgique, la rencontre entre les militants de certaines télévisions communautaires (notamment la chaîne « Canal emploi » de Liège) à la recherche de nouvelles stratégies éducatives pour le grand public et Geneviève Jacquinot, fut à l'origine d'une recherche fructueuse de transformation de la forme du rapport médiatique. Le travail théorique de Geneviève Jacquinot apportait des concepts et des outils d'analyse permettant d'infléchir le langage audiovisuel dans le sens de l'ouverture, de l'ambivalence et de la négociation du sens. A la suite de cette recherche, et d'autres du même genre, on peut affirmer que la problématique de la production du sens dans la communication audiovisuelle comporte deux aspects majeurs: l'énonciation et la cognition. Du point de vue de l'énonciation, il y a ouverture du sens lorsque les récepteurs sont placés dans une configuration relationnelle ouvrant la possibilité d'un débat intersubjectif. Du point de vue cognitif, il y a processus éducatif de production du sens lorsque les récepteurs jouent un rôle actif dans l'élaboration du sens à partir des images perçues et des paroles entendues. Le degré de réflexivité impliqué dans cette élaboration constitue un aspect important du processus cognitif. Les procédés rhétoriques dont abondent les productions audiovisuelles montrent une grande variété relativement à cet aspect.*

Mots-clés: Cognition; Énonciation; Médias grand public; Production du sens; Réflexivité.

Abstract: *In the course of the generalized criticism of all forms of power that raged after nineteen-sixty-eight, the media were incriminated in their form, as that they induce a social relation involving a separation between transmitter and receiver, and the unilateral transmission of readable and unambiguous contents. In Belgium, the encounter between militants of some community television (particularly the “Canal emploi” channel of Liège) in search of new educational strategies for the general public, and Geneviève Jacquinot, was the origin of a fruitful search for transforming the form of the media relationship. The theoretical work of Geneviève Jacquinot brought concepts and tools for analysis allowing to curb the audiovisual language in the direction of openness, ambivalence and negotiation of meaning. Following this research, and others of the same kind, one can claim that the issue of meaning production in audiovisual communication has two major aspects: enunciation and cognition. From the standpoint of enunciation, the sense is open when the receivers are placed in a relational configuration opening the possibility of an intersujective debate. From the cognitive point of view, an educational meaning production process occurs when the receptors play an active role in the development of meaning from perceived images and words. The degree of reflexivity involved in this development is an important aspect of this cognitive process. The rhetorical devices which abound in audiovisual productions show a wide variety with respect to this aspect.*

Keywords: Cognition; Enunciation; Mass media; Production of meaning; Reflexivity.

Os *media* de massa: palavras sem interação

Na crítica generalizada de todas as formas de poder que exerceu a repressão após os acontecimentos de sessenta e oito, os *media* não foram poupadados. Olhando para trás, é interessante considerar as diferentes vias de que a crítica, na época, lançou mão. Considerados por muitos investigadores marxistas como veículo do pensamento burguês dominante ou, na terminologia althusseriana, como “aparelho ideológico do Estado”, os *media* foram denunciados como transmissores de valores e de conteúdos ideológicos. Ao que outros sociólogos contrapuseram uma análise aparentemente mais profunda ao acusar a própria forma da relação mediática. Foi o caso do sociólogo Jean Baudrillard cuja crítica vale a pena ser lembrada:

Não é enquanto veículo de um conteúdo, escrevia o autor em 1972, mas na sua forma e na sua própria operação que os *media* induzem uma relação social, e essa relação não assenta na exploração, mas na abstração, na separação, na abolição da interação. [...] (BAUDRILLARD, p. 207, 1972).

E não se tratava apenas, para este autor, de incriminar a estrutura técnica de difusão dos *media* enquanto única responsável da separação. Os *media* fabricam a não comunicação porque impõem modelos codificados: “O que está mediatizado não é o que passa pela imprensa, pela televisão, pela rádio: é o que é apanhado pela forma/signo, articulado em modelos, regido pelo código” (BAUDRILLARD, p. 216, 1972). É o código que mantém separadas, de ambos os lados da mensagem concebida enquanto conteúdo legível e unívoco, as categorias de emissor e de receptor. À lógica do código, Baudrillard contrapunha a ambivalência e a interação enquanto relação simbólica:

na relação simbólica, há resposta, não há emissor nem receptor de ambos os lados de uma mensagem; também não há “mensagem” para desencriptar de forma unívoca sob a égide de um código. O simbólico consiste precisamente em quebrar esta univocidade da “mensagem”, em restituir a ambivalência do sentido, e em liquidar, de uma assentada, a instância do código. [...] (BAUDRILLARD, 1972).

Pela sua radicalidade, as críticas dos *media* como as formuladas por Baudrillard, abriram uma perspectiva realmente nova, mas em que abundam as interrogações. Dava para ver que para mudar a re-

lação social, era necessário transformar a forma dominante das comunicações mediáticas; mas como proceder? O que é que a noção de ambivalência abarca e, supondo possível a sua caracterização sem demasiada ambiguidade, como fazer para restituir no sentido?

Por terem ombreado com muitos estudantes atingidos pela onda revolucionária da época, não duvido de que este pensamento tenha inspirado muitos deles quando, logo que a evolução técnica o permitiu, se lançaram fervorosamente nas televisões comunitárias e na animação de vídeo, dois novos vetores mediáticos de cuja facilidade de utilização e proximidade com as realidades locais se esperava quebrar o monopólio da palavra, devolvê-la ao povo, multiplicar as possibilidades de expressão dos indivíduos e, finalmente, instaurar uma verdadeira democracia.

Na Bélgica, o movimento foi incentivado, e ao mesmo tempo canalizado, quando em 1978 o ministério da Cultura francês apoiou a criação de uma dezena de televisões comunitárias distribuídas por outras tantas cidades da Valónia. O monopólio da televisão nacional foi efetivamente quebrado. Foi dado um passo importante para uma televisão de maior proximidade. No entanto, se tivermos em conta a evolução das televisões comunitárias, a unilateralidade da comunicação mediática não ficou significativamente enfraquecida. Após um período de experimentação, as televisões comunitárias adotaram progressivamente a maior parte dos modelos de emissão consagrados pelos *media* tradicionais, a que se juntou a faceta local. Nem todas, apesar de tudo.

Neste contexto, algumas experiências tentaram agitar, de forma mais intensa, as práticas mediáticas e deixaram ali marcas, certamente. Em Liège, nomeadamente, o Canal Emploi tenta servir-se do cabo para desenvolver, ao nível regional, um projeto audiovisual de formação a distância, destinado em primeiro lugar ao público dos trabalhadores desempregados, mas visando, em última análise, o grande público na sua heterogeneidade. Um projeto animado pela ideia de uma pedagogia aberta, utilizando os recursos específicos da escrita audiovisual.

A estratégia educativa de Canal Emploi inspirou-se largamente nos trabalhos teóricos de Geneviève Jacquinot que, de resto, não poupou esforços para ir, *in loco*, encorajar e orientar a oferta educativa do canal.

É que havia convergência ao nível das intenções e a obra bem

conhecida de Geneviève Jacquinot — *Image et pédagogie* (JACQUINOT, 1977) — formulava-as nos termos esclarecedores que os militantes esperavam. Numa resenha histórica da evolução do Canal Emploi escrita por um dos atores dessa época de pesquisa, pode ler-se:

Em 1983 ocorreu no Canal Emploi uma rutura pedagógica com o modelo didático tradicional. Esta rutura inspirou-se, em grande parte, nas pesquisas teóricas de Geneviève Jacquinot. Citemos alguns extratos dessas obras:

O modelo didático tradicional faz do ato didático um ato de transmissão de um saber constituído de alguém que sabe para alguém que não sabe, segundo um itinerário estreitamente balizado. A imagem, nomeadamente a imagem filmica, está particularmente adequada para servir um outro modelo didático — gerativo e já não estrutural — que faz do ato didático um processo de produção de sentido. Nesta perspetiva, o discurso didático, em cuja elaboração os destinatários são chamados a participar, define-se como um discurso «aberto», não isento de ambiguidade, onde as perguntas e as respostas são geradoras de outras perguntas. [...] (JACQUINOT, 1977, p. 16-17).

Não só a pedagogia não soube encontrar novos modelos didáticos para explorar as possibilidades através do cinema e da televisão — precisamos sempre de inventores —, mas até conseguiu exportar os seus antigos modelos para o universo dos meios de comunicação de massa. [...] (JACQUINOT, 1977, p. 145).

A ideia segundo a qual o «sentido» pode vir do outro, que o recetor, com a sua cultura, a sua história, as suas expectativas, possa interferir na plenitude da comunicação unívoca revela-se intolerável para uma certa pedagogia. [...] (JACQUINOT, 1977, p. 144).

Os extratos citados do livro *Image et pédagogie*, que figuram entre os mais significativos do projeto pedagógico de Geneviève Jacquinot, mostram bem o interesse das suas propostas para um grupo de militantes em busca de uma expressão que corresponda ao seu desejo de mudança. As ideias de produção de sentido, de interferência na plenitude da comunicação unívoca, de abertura do discurso, de participação, forneciam orientações claras à vontade de transformação das relações de poder mediáticas.

Para além da formulação explícita do projeto, o trabalho teórico

de Geneviève Jacquinot oferecia também, e talvez, sobretudo, conceitos e ferramentas de análise adaptadas à especificidade da linguagem audiovisual, e cujo alcance ultrapassava em larga medida a pedagogia em sentido restrito, abrindo assim caminho para uma ação educativa destinada ao grande público. Os atores de Canal Emploi compreenderam-no bem, como pode ver-se neste outro extrato da resenha histórica já citada:

Pensamos [...] que é necessário apresentar produtos audiovisuais originais, mas pedagogicamente eficazes, inscritos numa estratégia educativa no sentido positivo, mas sem nunca fazer referência a um quadro constrangedor ou escolar. É o compromisso que se nos afigura necessário para fazer uma televisão educativa e pedagógica válida no quadro de uma abordagem mediática destinada ao grande público e em horário nobre. [...] (JACQUINOT, 1977).

O encontro entre o projeto de pedagogia audiovisual de Geneviève Jacquinot e a vontade democrática dos militantes dos *media* comunitários desembocava assim numa problemática ampla de mediação e de construção (deveríamos dizer de coconstrução) dos conhecimentos através dos *media* destinados ao grande público. Gostaria de destacar, neste ponto, alguns aspectos essenciais desta problemática.

Referências para as estratégias educativas em comunicação mediática

Como bem o disse Baudrillard, o poder dos *media* não reside tanto nos conteúdos difundidos quanto na forma que eles impõem à comunicação, isto é, na univocidade do sentido e na unilateralidade da relação.

O grande interesse do trabalho teórico de Geneviève Jacquinot consiste precisamente em ter levantado o véu sobre múltiplos aspectos desta forma. Ao dissecá-la minuciosamente graças às ferramentas teóricas da análise semiológica, indicou, de uma assentada, os caminhos a seguir para direcionar os *media* – não só os *media* pedagógicos, mas todos os *media* – no sentido da abertura, da ambivalência e da negociação do sentido.

Não me é possível, neste artigo, passar em revista todos os aspectos apontados por Jacquinot em *Image et pédagogie*. Destacarei aque-

les que me pareceram particularmente importantes e que foram retomados noutros trabalhos. Estes aspectos dizem respeito à *enunciação* e à *cognição*, duas dimensões da fala sucessivamente explicitadas em linguística e generalizadas, posteriormente, em teoria da comunicação, que constituem referências essenciais para a apreciação do tipo de relação social instaurado por um meio de comunicação.

Na comunicação audiovisual, o conceito de *dispositivo de enunciação* permite sintetizar o conjunto dos elementos que contribuem para a enunciação dos conteúdos difundidos: os atos de fala, as enunciações, os gestos dos enunciadores, a quantidade de enunciadores e o seu posicionamento, os elementos de linguagem fotográfica e cinematográfica que modulam a sua apresentação, etc. Todos estes elementos, além de outros, desempenham efetivamente um papel na relação que se estabelece com o(s) enunciatário(s), pois levam a efeito uma verdadeira operacionalização destes últimos e determinam o papel que podem assumir no processo.

Geneviève Jacquinot destacou, de forma inequívoca, os procedimentos enunciativos através dos quais, em muitos filmes pedagógicos, os receptores, reduzidos ao papel de alunos, se limitam a aceitar pura e simplesmente a mensagem enunciada. No entanto, também deixou demonstrado como é possível atribuir um papel mais ativo aos receptores. Gostaria de ilustrar a importância e as variações potenciais através de um exemplo tirado da publicidade social, um gênero intermédio entre a educação e a persuasão. Seguem-se dois enunciados difundidos, na Bélgica, no início das campanhas de comunicação pública dedicadas à prevenção da Sida: “Abra os olhos para que a SIDA não os feche.” e “A tua saúde é também a dos outros”.

No primeiro, uma voz transcendente anônima dirige-se, de forma autoritária e prescritiva, a uma massa informe a cujos membros é negada a reflexão, tendo de se comportar como uma multidão de sujeitos submissos. No segundo caso, pelo contrário, o receptor, interpellado (pelo determinante “tua”) enquanto pessoa em relação com outras, é convidado a refletir sobre a sua interação com os outros, sobre o necessário descentramento que essa interação implica, e sobre a sua responsabilidade social. Um convite que não faz um juízo apriorístico da resposta efetiva que lhe dará o receptor. A partir de exemplos deste tipo, poder-se-á, creio, arriscar a seguinte generalização: existe processo educativo de produção de sentido quando o(s) receptor(es) é (são)

colocado(s) numa configuração relacional que possibilite um debate intersubjetivo sobre o conteúdo informativo da mensagem.

Trata-se, mais uma vez, do papel atribuído aos receptores, quando encaramos as coisas do *ponto de vista cognitivo*. De resto, os aspectos cognitivos da comunicação estão intimamente correlacionados com os aspectos enunciativos. As ciências cognitivas e as teorias da comunicação que nelas se inspiraram tornaram-nos familiar a ideia de que a compreensão de uma mensagem, qualquer que seja, pressupõe operações mentais de índole diversa. Embora este aspecto só tenha sido verdadeiramente considerado vários anos após a redação da sua obra *Image et pédagogie*, Geneviève Jacquinot já aí demonstrava uma compreensão profunda da especificidade e da diversidade das operações mentais exigidas na compreensão do audiovisual.

A este respeito, e neste espaço, posso apenas enumerar alguns dos elementos semióticos explicitados na sua obra: a especificidade da imagem (com o seu carácter de código fraco) e a sua oposição à fala (código forte), as operações do intelecto exigidas pelos diversos agenciamentos de imagens (os diferentes tipos de sintagmas), os tipos de articulação entre a imagem e a fala (simultaneidade, desfasamento, etc.). A análise destes elementos indica em que medida o receptor pode ou não participar na produção de sentido. E quer para estes aspectos cognitivos quer para a enunciação, é possível distinguir polos opostos: ou as operações mentais a efetuar são inteiramente determinadas pela mensagem (predomínio da fala sobre a imagem, papel puramente ilustrativo consignado a esta última...), ou o receptor tem um papel na produção de sentido a partir das imagens observadas e das falas ouvidas.

Do meu ponto de vista, os elementos semióticos destacados em *Images et pédagogie* constituem sempre referências essenciais para a abordagem da dimensão comunicativa – e democrática – dos *media* em geral.

Para terminar, gostaria de acrescentar um aspecto: a *reflexividade* implicada na composição e na compreensão das mensagens audiovisuais. As teorias cognitivas da comunicação ignoram-nas. Apesar das diferenças de ponto de vista, a maior parte das teorias cognitivas da comunicação parecem estar de acordo, pelo menos neste ponto: as operações mentais de inferência subjacente à comunicação serão em grande parte inconscientes. Tudo se passará como

se o nosso espírito efetuasse sempre automaticamente as operações mentais necessárias à compreensão de uma mensagem. Acredito, pelo contrário, que, na sua diversidade, estas operações reclamam graus variáveis de reflexividade.

Parece-me que as mensagens relativamente unívocas e fechadas exigem apenas uma elaboração mental em grande parte automática. Pelo contrário, considero que as mensagens ditas abertas implicam maior reflexividade e maior elaboração consciente. Gostaria de ilustrar isso mesmo no plano dos procedimentos retóricos, abundantes nas produções audiovisuais de toda a espécie.

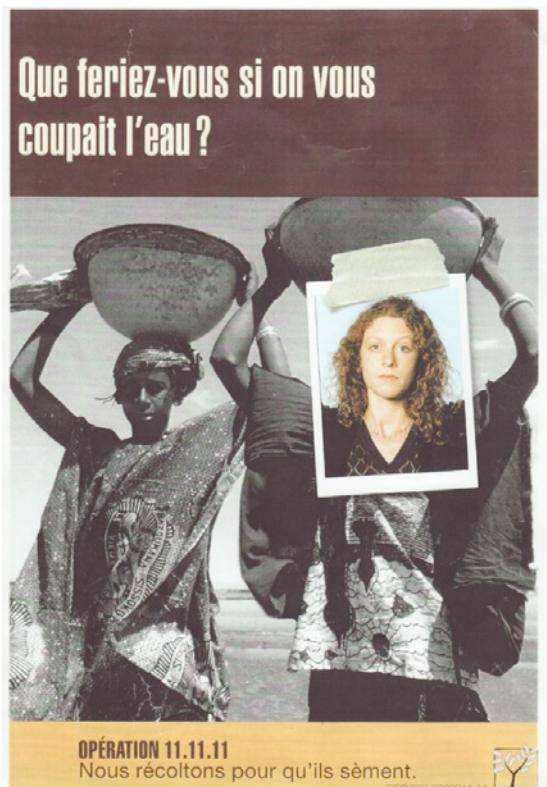
Grande parte das mensagens que podem ser qualificadas como fechadas caracterizam-se pela abundância das montagens metonímicas e metafóricas. A publicidade comercial usa e abusa destes processos. É que as operações mentais correspondentes são, em grande parte, espontâneas, não reflexivas. Isto é evidente no caso da metonímia, que apenas exige uma operação imaginativa de passagem da parte para o todo do significado. É quase tão evidente no caso da metáfora. Segundo a perspectiva cognitiva de Lakoff e Johnson (*Les Métaphores dans la vie quotidienne*, 1985), a metáfora consiste na projeção de uma imagem fonte sobre uma imagem alvo e obriga-nos a ver a segunda através da primeira.

Conhecem-se os exemplos privilegiados apresentados por estes autores. Uma frase metafórica como “Demoli os seus argumentos”, que procede de uma projeção do conceito de combate sobre o de discussão, obriga o receptor-intérprete a ver esta precisamente como um combate e não como uma simples troca de ideias. A projeção realiza-se imediatamente em grande parte por ser unilateral. A partir do momento em que construiu a imagem da discussão como a de um combate, o que lhe exige apenas um pequeno esforço para ajustar o seu ponto de vista – uma focalização sobre alguns aspectos da discussão –, o receptor esquece o conceito fonte que orientou a sua percepção.

As mensagens que podem ser consideradas como abertas parecem conter mais montagens que convidam a comparações e associações que implicam operações mentais mais complexas do que uma simples projeção metafórica, operações do gênero da que foi explicitada por Fauconnier e Turner sob a designação de “integração conceitual”³, a qual, do meu ponto de vista, e contrariamente ao que pensam estes dois autores, exige distanciamento e reflexividade.

3 Pode-se encontrar uma introdução à teoria de Fauconnier e Turner em *M. Turner (2000), L'Invention du sens, conférence au Collège de France*, 13 juin 2000.

Um novo exemplo para ilustrar esta ideia



Fonte: Cartaz da operação 11.11.11 do CNCD (Centre National de Coopération au Développement, Belgique).

Este cartaz destina-se a angariar fundos para ajudar os países em vias de desenvolvimento. A imagem apresenta duas mulheres africanas, carregando cada uma na cabeça um recipiente cheio de água. Porém, o rosto de uma delas está coberto por uma fotografia de uma mulher branca europeia que parece ter sido ali colocada em vez da outra. Acima das personagens, pode ler-se: "Que faria se lhe cortassem a água?" Abaixo, um outro texto, mais discreto, enuncia o nome da operação e o seu objetivo: "colhemos para que eles semeiem". É evidente que neste caso a montagem convida a muito mais do que uma simples projeção de tipo metafórico. Obriga o espírito a distanciar-se quanto baste para efetuar um vaivém entre duas condições de

vida bem distintas e tirar algumas conclusões respeitantes à ajuda ao desenvolvimento.

Arriscarei, mais uma vez, uma generalização respeitante, desta feita, aos aspectos mais estritamente cognitivos da receção das mensagens audiovisuais. Direi que ocorre um processo educativo de produção de sentido quando os agenciamentos de imagens (quer estas sejam diretamente mostradas ou veiculadas pela fala, ou ambos os casos) convidam o espírito a focalizações e comparações que conduzem a uma elaboração subjetiva e consciente de um sentido⁴.

Considerações finais

Na sociedade moderna, uma parte muito significativa do saber dos indivíduos procede dos *media*. A informação sob todas as suas formas (jornais de informação em sentido restrito, reportagens, revistas, etc.), o cinema (documentário ou ficção), os museus e exposições, as comunicações públicas, políticas, publicitárias, etc., são estes os dispositivos de comunicação e de educação informal dos cidadãos. Tomados na sua diversidade, estes dispositivos perseguem objetivos sensivelmente diferentes. Muitos deles funcionam essencialmente com base na persuasão.

É, sem dúvida, o caso da publicidade comercial que assenta, antes de mais, na força de captação de imagens eufóricas que bloqueiam o processo reflexivo. Contudo, os procedimentos publicitários têm tendência a invadir todas as práticas de comunicação, inclusive as que dizem explicitamente respeito à educação. Hoje em dia, é difícil conceber um ato de comunicação que não seja uma tentativa de impregnação do espírito. Para uma parte considerável dos meios de comunicação em massa, a crítica radical de Baudrillard continua atual: a comunicação mediática é feita de palavras sem interação. Felizmente, existem produções audiovisuais que provam que é possível a existência de outra perspectiva e de outras práticas de comunicação, e que não estão limitadas ao gênero pedagógico. Precisam ser fundamentadas em conceitos teóricos e análises capazes de as valorizar. O encontro entre as televisões comunitárias dos anos 1980 e o

⁴ Tentei descrever os diferentes níveis de reflexividade solicitados pelos media em: *Meunier J.-P. (2013), Des Images et des mots — Cognition et réflexivité dans la communication, Louvain-la-Neuve, L'Harmattan, coll. "Académia"*.

trabalho semiológico de Geneviève Jacquinot mostrou o exemplo de uma interação frutuosa entre teoria e prática. Creio que é necessário continuar a calcorrear este caminho.

REFERÊNCIAS

BAUDRILLARD, J. **Requiem pour les média**. In: *Pour une critique de l'économie politique du signe*, Gallimard, 1972.

JACQUINOT, G. **Image et pédagogie**. PUF, 1977.

JOHNSON, L. **Les Métaphores dans la vie quotidienne**. Minuit: Paris, 1985.