



## Um novo antropólogo: Muniz Sodré

*A new anthropologist: Muniz Sodré*

**Eduardo Yuji Yamamoto**

Doutorando em Comunicação e Cultura pela Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro (ECO/UFRJ), jornalista e especialista em Comunicação Popular e Comunitária pela Universidade Estadual de Londrina (UEL), Mestre em Comunicação Midiática pela Universidade Estadual Paulista (UNESP), bolsista Capes, Rio de Janeiro, RJ - Brasil, e-mail: yudieduardo@bol.com.br

---

### Resumo

O texto descreve o percurso intelectual de Muniz Sodré: as mudanças conceituais ao longo de suas investigações, suas formulações teóricas e a apresentação de um núcleo de problemas propriamente comunicacionais: a *epistème* do campo; a mediatização e a sociabilidade abstraída desse processo. É a partir da reflexão sobre a sociabilidade, entretanto, que Sodré observa um suposto objeto da comunicação: o vínculo social. Dedicar-se atenção especial à obra “Antropológica do espelho”, não só porque nela se verifica um diálogo com as questões levantadas em trabalhos anteriores e suas reflexões atuais, mas porque aí o autor deixa sua marca estilística: a redescrição. Pelo menos três redescrições são verificadas na obra: a redescrição da hipótese da *agenda setting* e dos conceitos de “*hexis*” e “comunidade”.

**Palavras-chave:** Muniz Sodré. Antropológica do espelho. Redescrição.

### Abstract

*The text describes the intellectual journey of Muniz Sodré: the conceptual changes during his investigations, his theoretical formulations, and the presentation of a core of communication problems: the epistème of the field; the mediatization hypothesis; and the sociability abstracted in this process. It is from the reflection on sociability, however, that Sodré observes a possible object of communication: the social bond. Special attention is given to the book “Anthropology of the mirror”, not only because it contains a dialogue with the issues raised in previous works and his current thoughts, but because in this book Sodré leaves his stylistic mark: the redescription. At least, three*

*redescriptions are analyzed in this book: one on the hypothesis of the agenda setting, and the other two on the concepts of "hexis" and "community".*

**Keywords:** *Muniz Sodré. Anthropology of the mirror. Redescription.*

## Introdução

Há rumores de novo antropólogo na cidade. Estaria ele testando uma “nova ferramenta” etnográfica? Ou utilizando dos mesmos instrumentos, mas para ler os “novos habitantes” da cidade? Talvez estivesse apenas procurando algum objeto mágico, daqueles que revestem o lugar e o povo de uma aura, como uma “pele da cultura”? (PAIVA; SODRÉ, 2004, p. 18)

O novo antropólogo anuncia que irá se preocupar tão-só com a sociabilidade humana, embora sejam vasto, complexo e intrincado os elementos que a ela se aderem no recente cenário civilizatório: poder, identidade, subjetividade, linguagem, tecnologias de comunicação etc. De fato, provém daí a dificuldade em se compreender a noção de “objeto comunicacional”, distinguindo-o claramente de termos correlatos. Para muitos, parece pouco provável que a sociabilidade seja um problema concreto e urgente; menos ainda que tenha algo que ver com a comunicação, causando embaraço naqueles que preferem prestar atenção nos barulhos produzidos pela mídia.

É verdade que parte considerável de sua antropologia situa-se naquilo que as instituições de pesquisa, arbitrariamente, convencionaram chamar campo da Comunicação. Todavia não se pode ignorar a importância que conceitos como cultura, simbolização, comunidade e vínculo ocupam em seus escritos, ganhando um significado propriamente singular. É justamente daí onde partem as críticas, mas, sobretudo, os maus entendidos: teoria da mídia ou da sociabilidade? Comunicação ou Antropologia? Os críticos esquecem que o lugar institucional apenas legitima a prática da investigação; não é garantia de revelação de um bom objeto, de um grande problema. Por isso, normalmente, limitam-se à esfera

da mediação técnica, em que os resultados empíricos rapidamente se convertem em informações úteis ao mercado ou Estado, deixando de fora o universo demasiadamente humano, dos fatos inconfessáveis, tais como os segredos de família e dos pesados laços que nos prendem.

Há também aqueles que não o perdoam por ver a mídia com as lentes do pessimismo: máquina simuladora do real que faz excessivo uso da estesia. Se não a visse dessa forma, certamente abriria mão daquilo que é mais potente em seu discurso (e que passa ao largo dos tecnólogos), isto é, a crítica das bases materiais na qual assenta toda a produção midiática contemporânea: a infraestrutura “armada” pelo mercado, em que ele observa uma lógica de circulação acompanhada de uma retórica eticista. A estesia, neste caso, não traduz uma preocupação platônica com os simulacros (imagens técnicas<sup>1</sup>) enquanto produtores de uma vida inautência. Para Sodré, estesia é tão-só a adulação do indivíduo para a prática do consumo. Tal posição não inviabiliza a ocorrência de descontinuidades do sujeito no interior da trama tecno-comunicacional (há grandes artistas no *bios* virtual), apenas adverte que não se pode esperar do Mercado tal iniciativa.

Isso porque “expor” ou “experimentar” adquire, para Sodré, um significado muito maior do que meramente “apresentar” ou “comunicar” algo. Significa “simbolizar”: expôr-se, dessubjetivar-se, correr os riscos de perder-se no Outro, contrariando o imperativo imunizante que nos faz indivíduos isolados mediados por relações jurídicas e mercantis; implica abrir mão de si (sujeito) em função de um outro, não um outro sujeito individual, mas um outro impessoal e transcendente (a cadeia hereditária da descendência: a comunidade). Significa, sobretudo, desbravar um mundo novo, um novo continente, com o mesmo

<sup>1</sup> Sua crítica à noção de simulacro da mídia vai em outra direção. Não se trata de criticar uma realidade artificial, segundo uma relação de verdadeiro ou falso, mas de problematizar os valores morais veiculados pelos simulacros e que norteiam as formas de relação e convivência humana fundadas na responsabilidade e no compromisso para com o Outro. Trata de uma questão ética (e não ontológica) urgente no cenário brasileiro, correlata a problemas reais e cotidianos como o preconceito e a violência.

ímpeto das primeiras embarcações que partiram mar adentro sem esperança de retorno. Dançar naquele limite da desmesura, em que uma vida se mistura com cada outra sem, contudo, se confundirem.

Assim, mais do que dissecar um fato social (mesmo correndo o risco de que tal fato seja pura simulação); mais do que fixar, de maneira abrupta e institucional, um campo no qual supostamente podemos melhor gerenciar o comportamento da comunicação, o novo antropólogo propõe que nos equilibremos na ponta de um alfinete, *topo* onde, aí, sim, pode-se ver melhor a comunicação. Estar entre, prestes a cair no Outro, tal é a experiência da comunicação e de onde Sodré extrai seu objeto: o vínculo, o traço que atravessa o “eu e o outro”, a vincula o social<sup>2</sup>. O vínculo perpassa os seres humanos e os faz comunicarem. Ele perfura e esvazia os seres, f -los entrarem efetivamente em contato, obrigam-os   rela o e, portanto, se coloca como força motriz da sociabilidade. Tal rela o, tendo o Outro como prioridade e condi o de sua própria existência (como numa vida em comunidade), confere ao vínculo a capacidade agenciadora da coexistência do Mesmo com o diferente, do moderno com o tradicional, do atual com o inatural (*ethos* e *hexis*)<sup>3</sup>.

### Do código da cultura de massa ao *bios* midiático (1970 - 2000)

A problemática do vínculo social não   recente; atravessa algumas de suas obras dos anos 1970,

1980 e 1990, ganhando destaque em *Antropológica do espelho* (SODRÉ, 2002). Mesmo sem se referir ao conceito de maneira direta e literal, pode-se observar sua presença no modo original como Sodré (1983) concebe a cultura e o processo de simboliza o. Em *A verdade seduzida*, encontra-se uma concep o de “cultura” pouco convencional, mas que faz apelo ao vínculo, como um chamado de fora capaz de esvaziar o sujeito.

Cultura implica num esvaziamento da unidade individual, no que faz circular os termos polares da troca, no que reintroduz o acaso e o Destino, no ato simbólico que extermina as grandes categorias da coerência ideológica, no que se constitui em morte do sentido e da verdade universais, no que faz aparecerem as singularidades, num ato de delimita o e de atra o, em resumo, no movimento do jogo (SODRÉ, 1983, p. 180).

A cultura, entendida sob um ponto de vista “ortoe estrutural”, coloca-se em conflito tanto com as práticas dos meios de comunica o quanto com o código cultura da massa<sup>4</sup>. Tais práticas, segundo ele, nada mais fazem do que reforçar a ideia de indivíduo enquanto “sujeito abstraído da comunica o” – abstra o que pode ser compreendida de várias maneiras: seja na condi o de “ouvinte” apenas da comunica o (uma não reciprocidade no diálogo), seja na condi o de pura audiência do mercado (“espelho”), seja ainda na condi o de “m nada” fechada e indiferente.

<sup>2</sup> Segundo SODRÉ, M. *Antropológica do espelho*: uma teoria da comunica o linear e em rede. Petrópolis: Vozes, 2002. p. 223. “[...] faz-se claro o núcleo teórico da comunica o: a vincula o entre o eu e o outro, logo, a apreensão do ser-em-comum (individual ou coletivo), seja sob a forma de luta social por hegemonia política e econ mica, seja sob a forma de empenho  tico de reequilíbrio das tensões comunitárias”. Sobre isso ver também SODRÉ, M. Objeto da comunica o   a vincula o social. *PCLA*, São Bernardo do Campo, v. 3, n. 1, 2001a. Disponível em: <<http://www2.metodista.br/unesco/PCLA/revista9/entrevista%209-1.htm>>. Acesso em: 4 fev. 2012: “[...] o objeto da comunica o   a vincula o social.   como se d  o vínculo, a atra o social, como   que as pessoas se mant m unidas, juntas socialmente. [...]   o laço atrativo.   a obriga o simbólica originária, que se faz nascendo uma d vida simbólica com o grupo social”.

<sup>3</sup> Temas como a sociabilidade, a amizade e o vínculo, todos arrolados no eixo de investiga o filosófica da  tica, compõem o horizonte atual da filosofia francesa, como observou FOUCAULT, M. *Theatrum philosophicum*. In: FOUCAULT, M. *Ditos e escritos* v. 2. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2000. p. 230, esgotada que estava após um século excessivamente ontológico.   sintomático que autores que vêm recebendo um bom acolhimento na Comunica o tais como Lévinas, Bataille, Merleau-Ponty, Blanchot, Deleuze, Derrida e Barthes, tenham se dedicado a esses temas em seus últimos escritos.

<sup>4</sup> “Meios de comunica o de massa” e “cultura de massa” constituem termos comuns no léxico das pesquisas comunicacionais dos anos 1970, 1980 e 1990, sob forte influência de teorias europeias (em especial da França e Alemanha). Designavam, respectivamente, veículos como jornal impresso, revista, rádio e TV, e a forma de produ o e consumo de bens culturais da época: industrial, em larga escala, voltado a um público homog neo (daí o qualificativo massa). A partir dos anos 1990, com o advento da internet e a populariza o dos microcomputadores pessoais, conceitos mais amplos como média (*media*) e cibercultura aparecem para cobrir cognitivamente a emergência de novas práticas sociais decorrentes deste novo *medium*.

São inúmeras as vantagens desse conceito de cultura:

- a) resolve o difícil problema semântico entre cultura e ideologia, marcante na sociologia e antropologia urbana da época, de forte inspiração marxista;
- b) afasta-se das correntes ortodoxas do estruturalismo e sua lógica binária, redutora da cultura;
- c) dá lugar às minorias e diferenças culturais, relegadas pela concepção positivista (universalidade da cultura);
- d) abre a discussão, no campo comunicacional, sobre a possibilidade do diálogo humano, da inserção da diferença, no “código da massa” em que impera um certo “monopólio da fala”.

Num livro homônimo, de grande repercussão nos anos 1980 e 1990 (e com ressonância até os dias atuais), Sodré já observara a tendência ao tecnicismo teórico na reflexão comunicacional e, inversamente, a falta de um questionamento sobre a vinculação efetiva. O principal problema da comunicação social, diz ele, é a ausência de sentido para a sociabilidade (abstraida ou pressuposta), relegada pela engenharia social que se produzira desde a modernidade. No caso brasileiro, esse processo ocorreu de maneira precária e muito tardiamente, em virtude da formação sociocultural do povo tanto quanto à posição econômica do país no cenário globalizado. Neste contexto, os meios de comunicação assumiriam um papel organizador importante, tal como um “dispositivo” de controle foucaultiano. O código (televisivo), diferentemente do modelo clássico emissor-receptor, conduziria a uma forma de gerenciamento social segundo a relação falante-ouvinte. “Pode-se ver até mesmo a lógica da dominação, mas cada vez menos se pode efetivamente trilhar caminhos de libertação, pois o poder consiste precisamente nessa visibilidade difusa, nessa excessiva clareza controladora, nesse liberacionismo simulador” (SODRÉ, 1984, p. 128).

O diálogo ou a troca simbólica, a situação real e concreta da comunicação humana são, neste caso, totalmente excluídas ou, na melhor das hipóteses, simuladas: “a forma de poder exercido pela tevê decorre de sua absoluta abstração com respeito à situação concreta e real da comunicação humana. Nessa abstração, baseia-se o controle social do diálogo” (SODRÉ, 1977, p. 22).

Tal controle, embora tenha como finalidade uma “disciplinarização” coletiva, acontece de maneira invertida ao *panóptico* de Bentham, fazendo do público um *voyeur*, um consumidor conivente ou simples “engrenagem” de um sistema de vigilância. O completo ajuste social, o caso, se dá na confirmação de nossa condição (passiva) de país consumidor (e não produtor de bens culturais). Provém daí sua crítica sobre as teorias da recepção, do consumo e do hibridismo, marcantes nas “escolas” latino-americanas da Comunicação.

No percurso que vai dos anos de 1970 até os dias atuais, observa-se a ocorrência de mutações conceituais importantes para delimitar o fenômeno da imbricação da cultura com os dispositivos técnicos de comunicação. Apesar das mudanças, algo permanece inalterado, quase como uma marca ou assinatura de seu pensamento: a dimensão crítica (política) da teoria projetada, estando também presente nos variados assuntos por ele tratado. Nesse trajeto, pode-se depreender um conjunto de problemas enviesado pela preocupação com o social, quais sejam: a *epistème* comunicacional; a “midiatização” e seus vetores (Estado e empresas privadas, imiscuídas com os conglomerados multimidiáticos); as “formas sociais” excluídas do projeto moderno civilizador. Descrevemos a seguir, brevemente, cada uma das problemáticas:

a) *Epistème* comunicacional – diz respeito à estrutura cognitiva para os estudos de mídia. Esta é uma preocupação bem recente em seus escritos e acompanha as próprias exigências do campo por uma clara definição. Segundo Sodré (2007), é possível uma inteligibilidade (uma metodologia de pesquisa) e uma autonomia comunicacional (um objeto claro: a vinculação social). Ele sugere um modelo tripartite: 1) descrições funcionais do dispositivo (por exemplo, o sistema televisivo ou telemático); 2) as relações entre esse dispositivo e seu contexto socioeconômico-cultural (as mediações “não técnicas”); 3) O olhar reflexivo e a sensibilidade do pesquisador na descrição deste cenário, uma espécie de hermenêutica da existência midiaticizada. O campo acolheria, portanto, descrições das relações humanas mediadas, constituindo um grande mapa das experiências sociocomunicacionais. Acresce-se, ainda, a vigilância (crítica) epistemológica, algo como uma sociologia do conhecimento comunicacional, em que transpareceria o *status* político da pesquisa: uma orientação ética (rumo às liberdades humanas) ou mercadológica (apologia à técnica e a formação de mão de obra especializada).

b) Mídiação – diz respeito ao “funcionamento articulado das tradicionais instituições sociais com a mídia” (SODRÉ, 2007, p. 17). Aqui se concentra grande parte das reflexões do autor sobre a influência do sistema midiático na organização da sociedade: as políticas de “branqueamento” na mídia, responsáveis pela perpetuação do racismo e da violência; as campanhas publicitárias de celebração do hedonismo e da apatia política (a “teleorganização”); a constituição de atmosferas “estéticas”, sensoriais, que viabilizam certo encaminhamento político (é o caso de “As estratégias sensíveis”, SODRÉ, 2006) etc. Tais fenômenos estão implicados na hipótese do “*bios* virtual ou midiático” (como veremos a seguir);

c) Vinculação – refere-se aqui à “problemática do ser-em-comum ou das trocas simbólicas” (SODRÉ, 2002, p. 234), presente nas atividades dialógicas e afetivas do Homem, as quais intervêm o vínculo e as ações vinculantes de natureza “sociável” (e não “societas”, civilizatórias). Para Sodré, os estudos de comunicação não se esgotam nos estudos de mídia, ao contrário, requisita a centralidade da condição humana (da sociabilidade, do *pathos*) como componente importante, senão como objeto privilegiado, da comunicação. O vínculo pode ser facilitado pelo uso técnico (mídia); em todo caso, supõe-se a sua eventualidade nas relações humanas atuais, em que impera o indivíduo abstraído da comunicação.

É tendo em vista este núcleo de problemas que conceitos como o código televisivo (acoplado ao código da cultura de massa) é ampliado para “tecnocultura”, depois “organização telerealista” (SODRÉ, 1984), “organização militar” (SODRÉ, 1992) e, finalmente, *bios* midiático, a forma conceitual mais bem acabada para o modo como Sodré supõe a ação das mídias sobre a sociedade e a cultura contemporânea (mídiação).

“*Bios*”, seguindo a filosofia aristotélica, é um “gênero qualificativo, um âmbito em que se desenrola a existência humana, determinado a partir do Bem (*to agathon*) e da felicidade (*eudaimonia*) aspirados pela comunidade” (SODRÉ, 2002, p. 25). Para Sodré, o *bios* midiático ou virtual, constitui um quarto gênero de existência (*bios*) na *Pólis*, onde preside a “vida dos negócios” – ao lado dele há ainda outros três *bios*: *theoretikos* (vida contemplativa), *politikos* (vida política) e *apolautikos* (vida prazerosa, vida do corpo), observados há mais de 2 mil anos por Platão e Aristóteles. O *bios* midiático, pouco expressivo na Grécia Antiga,

aparece no horizonte humano graças a uma circunstância histórica específica: extensão do mercado à esfera da vida (das relações sociais) e grande avanço nas áreas de informática e comunicação (exigência do próprio Capital).

## Redescrições

Por que uma antropologia para a Comunicação? Em que consiste a “antropologia ético-política da comunicação” de Sodré (2001b)?

Trata-se de compreender a estrutura da ação humana diante da contingência. Todo agir humano consciente (racional) se faz de acordo com certos valores morais que dá a ele um sentido. Assim, em toda sociedade, observa-se a preexistência de um quadro de referência (transcendente) que faz a mediação do Homem (seu agir individual) com o mundo. É tendo este quadro em mente que uma ação será avaliada (valorada), quer dizer, será socialmente vista (por ele e pelo grupo) como uma ação positiva (boa) ou uma ação negativa (má): dedicar-se à família e não se entregar aos prazeres da libertinagem, por exemplo, são consideradas ações positivas no quadro dos valores cristãos tradicionais. A atual sociedade ocidental, entretanto, vem transformando os valores tradicionais, esvaziando-os de sentido pela saturação de modelos de vida que ela oferece (a vida se torna, portanto, mais contingente). Embalados pelo Mercado, valores como o protagonismo individual, o hedonismo, a ganância, entre outros – valores estes, vale dizer, que estimulam a prática do consumo – vêm se colocando como padrões (disponíveis) a serem seguidos (consumidos). Sua positividade é enfatizada na mídia, praticada em programas, filmes e seriados de TV, tanto quanto valorizada em tramas de telenovelas e revistas especializadas.

O fato é que, se antes construíamos a nossa personalidade a partir de pessoas próximas ao nosso núcleo familiar, amigos, colegas de profissão, hoje temos também os estereótipos e os valores propalados pela mídia. E a mídia, como reitera Sodré (1996, 2002), é a “boca do Mercado”, fala em nome do Mercado e numa linguagem que nos soa familiar. É evidente que a influência da mídia encontra muitas resistências no público (há muitas outras mediações, negociações simbólicas, como dissemos), mas não se pode negar o poder da mídia em investir os corpos

com tais valores. O monitor de TV ou de computador, como lembra Sodré, é como uma janela na qual, antigamente, víamos a vida acontecer. A diferença é que, antes prosaica, agora os eventos acenam (espetacular ou pirotécnicamente) para participação imaginativa (subjéctiva) do espectador.

Há, de fato, uma qualificação da vida pela mídia, mas a questão, contudo, é pensar o momento em que se abdica de um certo conjunto de valores e se passa a adotar outros. Há um grande impasse no que diz respeito à passagem do plano do discurso (por exemplo, a retórica da mídia) à ação concreta no mundo “real-histórico”; àquele instante de decisão entre acatar os preceitos da moral vigente (valores consagrados pelo mercado, em que a prioridade é o Eu, o sucesso individual) ou rechaçá-los em nome da comunidade (em que a prioridade é o Outro, a família, o nós). Muitos estudos do século XX dedicaram-se à descoberta do limite ou das motivações para tal escolha; muitas áreas do conhecimento foram articuladas (Sociologia, Antropologia, Psicologia, Neurociências) e muitos foram os conceitos utilizados para circunscrever o fenômeno: alienação, ideologia, mediação, carisma, inconsciente.

Já desconfiado de que as explicações tecnicistas pudessem roubar a cena, Sodré apostou no anacrônico Homem e seus mecanismos de troca, tais como a simbolização.

Simbolizar quer dizer, na realidade, trocar. O que se troca? Não é a natureza pela convenção, como faria crer qualquer argumento sofisticado (instrumentalizando o símbolo, pondo-o como um meio de comunicação a serviço de uma vontade fundadora), mas uma convenção por outra, um termo grupal por outro, sob a égide de um princípio estruturante que pode ser o pai, o ancestral, Deus, o Estado, etc. É o símbolo que permite ao sentido engendrar limites, diferenças, tornando possível a mediação social (SODRÉ, 1983, p. 47).

É esse momento da simbolização, da troca ou negociação simbólica (no qual o vínculo se faz presente), que interessa a Sodré. Circunstâncias históricas e elementos situacionais podem servir de condições para sua emergência, o que não dirime o grau de incerteza de sua ocorrência. É possível, no entanto, interessantes investigações a partir da observação das condições

associadas à posição antropológica como hermenêutica da ação (e do sentido) imanente, aparecendo como estratégia metodológica importante para compreender as diversas estruturas e regimes simbólicos que hoje comandam a ação humana (vide modelo tripartite).

Se nem todas as questões podem ser respondidas, ao menos se abre uma ocasião incomum para se avaliar a pertinência da objetividade (e neutralidade) científica para a análise de um “objeto” paradoxal como a comunicação, que atravessa dois planos (o virtual e o real-histórico, o Eu e o Outro) sem pertencer efetivamente a nenhum deles. Tal como caracterizou Foucault acerca do poder: ele não está em excesso naqueles que o exercem, nem falta àqueles sobre o qual o poder é exercido; não se pode quantificar o poder, nem dividi-lo entre um sujeito e um objeto, já que sua materialidade existe apenas como relação.

A proposição do vínculo, neste caso, recupera a natureza relacional da comunicação e, por consequência, aponta para um *modus operandis* para investigá-la, ou seja, a descrição da circunstância e da situação (de uma decisão, por exemplo). Evita-se, como diz Foucault, qualquer teoria da comunicação (teoria, no sentido duro da palavra, supõe uma separação sujeito-objeto), de modo que, no máximo, teríamos uma analítica da comunicação (análise das condições de emergência, seus mecanismos e funcionamento).

A novidade trazida por Sodré (2002, p. 46) para a investigação da “eticidade” contemporânea, ou melhor, da “ética social imediata” responde a estas exigências a partir da proposição descritiva, instrumental conhecido da Antropologia. A descrição consistente da lógica operante da estrutura, entretanto, não objetiva a descoberta de uma Verdade, como faria supor qualquer argumento metafísico, mas a busca pragmática de um consenso sobre as práticas sociais contemporâneas implicadas na mediação.

Eu acredito na possibilidade de uma ciência da comunicação, se eu ponho ciência não no sentido positivista, ou puramente empirista, experimentalista. Mas sim como um discurso articulado, coerente, que é capaz de produzir um discurso equilibrado, com um consenso razoável sobre o funcionamento social. Ciência social para mim é mais nesse sentido, não é nada que se deduza geometricamente ou matematicamente. É o discurso de equilíbrio, de consenso (SODRÉ, 2001a).

Trata-se de “redescrever” o mundo, tal como defendeu o neopragmatista Richard Rorty (2000), o que implica na produção inventiva de “conceitos” não enquanto verdadeiros, mas enquanto úteis para a transformação do mundo. A redescritção em Rorty, cujo objetivo era a ressurreição de “filósofos esquecidos” para torná-los ainda mais “perigosos”, contém implícito um componente político, o desejo por mudanças. Rorty acreditava que a busca pela Verdade era incapaz de qualquer transformação efetiva, pois apenas produziria a replicação do Mesmo: recognições e reconhecimentos<sup>5</sup>.

É preciso lembrar que os valores morais vigentes foram algum dia constituídos pelo discurso e alcançaram um consenso social que permanece até hoje. Se ocorre de eles estarem hoje num tempo de transitoriedade e incerteza, há grandes chances de que um outro discurso ou um outro conjunto de valores (desde que redescritos) venham assumir o seu lugar. A Antropologia praticada nesse sentido é obrigatoriamente ética e política, pois se posiciona favoravelmente à abertura de horizontes para além daqueles possíveis ou imagináveis.

### Agenda setting redescrita

Um estilo confere ao autor a sua singularidade. Em Sodré, isso se verifica em sua escrita ácida, certeira, mas, sobretudo, redescritiva. A noção de cultura, como vimos, constituiu uma reformulação original que possibilitou novos horizontes (“novos mundos”) às pesquisas comunicacionais. Há outros casos igualmente interessantes, mas, por ora, contentamo-nos em analisar três redescritões (contidas em “Antropológica do Espelho”) que, juntas, apresentam um programa consistente de pesquisa, voltado prioritariamente para as formas de resistência social implicados na midiáticação:

- a) a hipótese de uma “qualificação” da vida social pelos meios de comunicação: midiáticação;
- b) os mecanismos capazes de resistir a este processo;

- c) a investigação sobre a natureza do suposto “objeto” comunicacional.

No círculo acadêmico, é conhecida a hipótese da *agenda setting*: a mídia pautaria os eventos dignos de serem levados em consideração; ela não diz “o quê” nem “como” fazer, mas impõe sub-repticiamente o elenco das coisas que “devem ser feitas”, à escolha presumidamente “livre” do público. A hipótese, segundo Sodré (2001b, p. 115), “é pertinente, uma vez que se comprova em certos casos a função de agendamento, mas insuficiente como explicação geral. De fato, ela não dá conta do porquê nem do quando a agenda é aceita”.

O gesto redescritivo começa quando Sodré (2001b) constata a inexistência de uma constante ou qualquer determinismo do tipo causa e efeito no poder “agendador” da eticidade midiática, embora seja acertada a ação “qualificativa” da vida pela mídia.

Certo mesmo é o fato da requalificação ou afetação do mundo histórico pela realidade discursiva da mídia. A fetação não significa total absorção da forma de vida tradicional pelo *bios* midiático, o que equivale a dizer que o “midiático” é apenas aquela parte de um fenômeno que a tecnocultura “ilumina”, deixando fora deste foco partes em geral muito importantes, mas não adequadas à imagem ou não afinadas com o jogo das aparências sociais. Isto pode variar segundo os diferentes momentos de uma mesma forma social ou segundo a variedade das características de cada sociedade (SODRÉ, 2001b, p. 117).

Além disso, Sodré incrementa a hipótese ao estruturar, ao modo marxista, os dois vetores que traçam este *bios* configurando aquilo que ele denomina *ethos* midiaticizado:

- a) a tecnologia informacional, ou seja, a infraestrutura técnica que “sustenta” esse *ethos*, as condições materiais que permitem sua estruturação. Parte daí sua reflexão

<sup>5</sup> Pensadores de outras filiações praticam essa atividade, porém nomeando-a distintamente: Gilles Deleuze, por exemplo, seguindo uma linha empirista, a ela se refere como “conceituação” e aponta como a principal atividade da filosofia. Para Sodré, Jean Baudrillard assume esta postura em seus ensaios literários, em que se percebe suas “intervenções na esfera das práticas que orientam a reflexão sobre os acontecimentos do mundo” (SODRÉ, 2002, p. 254).

sobre a atmosfera percepto-sensorial típica de dispositivos comunicativos como a TV e a internet, atuando na “inferência automática do sistema nervoso”, na “reatividade sensorio motor” do corpo humano (SODRÉ, 2002, p. 126);

- b) a moral afinada com os interesses econômicos do Mercado, ou seja, a “superestrutura” desse *ethos*, os valores (morais) que presidem o ambiente.
- c) Sodré estende a hipótese da *agenda setting*, afirmando o poder prescritivo da média: tal como uma receita médica, a média diz o que se deve fazer, mas também não obriga a fazê-lo. Produz sugestões, não reflexos condicionados. Curioso, entretanto,   perceber a coincidência de valores morais existentes no *bios* midiático e aqueles perpetuados pelo mercado, no modo de vida neoliberal, que valoriza o hedonismo, o individualismo, o consumo insaciável e a indiferença, em detrimento dos valores republicanos,  tico-comunitários (o bem-estar coletivo, o respeito ao Outro, às coisas públicas mas, principalmente, às diferenças).

Nessa atmosfera doutrinária e emocional, predomina um universalismo democratizante baseado em critérios de prazer ou de felicidade individual, que estimula o autocentramento egoico, t pico do individualismo moderno, e a reconfirma o da identidade pessoal pelos múltiplos “espelhos” (as telas, as vitrines, as imagens de consumo) armados pela tecnocultura. Uma “boa” a o individual tende   a depender muito mais da repercussão midiática (portanto, o reconhecimento narcísico no espelho) do que de motiva es solidaristas avaliáveis por princípios de comunidade (SODRÉ, 2002, p. 75).

Fazer frente a essas “ilumina es” do mercado, conforme Sodré, constitui uma prática  tico-política rumo   liberdade. Mas   uma tarefa que exige habilidade redescritiva, força transvalorativa de um leão nietzscheano ou inocente capacidade inventiva (e de esquecimento) de uma criança.

### **Hexis redescrita**

*Hexis*, em grego, designa “disposi o”. Poderia muito bem ser interpretado, como o fez Pierre Bourdieu, como *habitus*, estrutura rígida, estável, que orienta os costumes de uma dada forma o social. A segunda redescr o de Sodré ocorre justamente  . Embora Aristóteles faça, nas “Categorias”, uma distin o entre *hexis* (disposi o) e *diathesis* (estado)<sup>6</sup>, esta diferença desaparece no *corpus*  tico aristotélico (*Ethica Eudemia* e *Ethica Nicomachea*). Nessas duas obras, *hexis* e *diathesis* são tomados praticamente como sin nimos, decorrendo uma dupla interpreta o para *hexis*: fatalidade ou possibilidade de mudança?<sup>7</sup>

A op o de Sodré   pelo segundo uso que Aristóteles faz do termo em sua  tica. Não como virtude no sentido de uma segunda natureza, um argumento que sustenta teses deterministas, mas como sin nimo de *diathesis*, “estado”, o que não significa, necessariamente, permanência absoluta.

*Hexis*   a possibilidade de instala o da diferença na imposi o estaticamente identitária do *ethos*. O sujeito se apropria dos costumes herdados e tradicionalmente reproduzidos (portanto, concretamente, da moral, socialmente condicionada e limitada) com disposi o voluntária e racional de praticar atos justos e equilibrados dirigidos para um bem, uma virtude, um dever-ser, ou seja, tudo aquilo que reforce a recomenda o socrática de evitar a prática de a es com as quais não se possa

<sup>6</sup> No capítulo 8, Aristóteles afirma que a *hexis*   mais estável que a *diathesis*, um estado mais difícil de modificar. Pode-se supor que a base do conceito de *habitus* em Bourdieu tenha como referência também a *hexis*, porém reinterpretada a partir de uma outra leitura de Aristóteles.

<sup>7</sup> Para João Hobuss, o conjunto da obra de Aristóteles dá margem para esta dupla interpreta o. Em muitos trechos da “ tica”, mas também em “Retórica” e “Política” observa-se o intercâmbio entre *hexis* e *diathesis*, o que impede uma tese determinista em Aristóteles: “    possível que de bons nos tornemos maus, e que de maus nos tornemos bons” [...] “pois até mesmo Deus e o homem bom (*spondaios*) são capazes de fazer coisas m s, mas isto não   o seu caráter; pois   sempre a respeito de sua escolha (*proairesin*) que os homens maus são assim chamados” (HOBUSS, J. Sobre a disposi o em Aristóteles: *hexis* e *diathesis*. *Dissertatio*, Pelotas, n. 31, p. 228, 2010).

conviver e assim capaz de ganhar um potencial de liberdade e criação (SODRÉ, 2002, p. 84).

Ao fazer isso, ele dá um grande salto. A noção de *hexis* aristotélica deixa de ser costume, *habitus*, que atua consoante à moral vigente, e passa a designar a instauração de uma diferença, caminho que ele já havia “traçado” em sua definição ortoestrutural de cultura. Isso permite o “renascimento” da ética não como resultado (moral), mas como horizonte de reflexão, condição de um *devir*-minoritário. Nas palavras do autor:

Em geral, os ataques intelectuais à problematização da ética decorre do desconhecimento do que signifique propriamente a questão. Por confusão histórica, desde que Kant transferiu-se da esfera do sagrado para a da razão prática, entendem-na como um resultado (portanto, como um produto, algo que ela se elabora ou se formula socialmente, a exemplo de uma moralidade) e não como uma condição que possibilita a abertura de horizontes humanos (SODRÉ, 2002, p. 172-173).

Para Sodré, educação e comunidade constituem os únicos conceitos capazes de construir efetivamente um horizonte de transformação. A educação, desde tempos imemoriais, consiste na inserção do indivíduo na comunidade por meio da transmissão das verdades e saberes do grupo. A base ética, neste processo, transparece como aprendizado do inatural, quer dizer, daquilo que não se limita a uma demanda contingente do mercado (como aquele praticado pelo ensino técnico, voltado exclusivamente à formação de mão de obra especializada), acenando positivamente para a formação crítica e solidária do Homem.

Educação, portanto, é fala, transmissão de um conteúdo, um discurso, um pensamento de natureza ética. Depende, porém, de um outro componente: a abertura do sujeito, o acolhimento do Outro.

### Comunidade redescrita

Com a redescritção do conceito de comunidade, o processo da comunicação proposto por Sodré finalmente se completa. De nada adiantaria um discurso de fundamento ético (implícito no

processo educacional), caso tal discurso se depara com a indiferença ou o fechamento. Necessita-se, portanto, de um conceito capaz de abrir o indivíduo, vinculá-lo ao Outro numa cadeia de reciprocidade, responsabilidade e compromisso. Para Sodré, a resposta está na comunidade. Entretanto deve-se redescrevê-la. Não se trata mais de concebê-la como um espaço físico, mas “um tipo específico de relação intersubjetiva, que pode acontecer no interior da sociedade individualista moderna, de maneira velada ou esporádica” (SODRÉ, 2002, p. 195).

[...] é preciso dessubstancializar a comunidade, entendendo-a como o imaginário de um modo de organização do agrupamento humano, seja espontâneo, autorrevelado ou teoricamente formulado por pensadores. Sempre implicou a palavra, entretanto, a ideia de força do comum, um poder simultaneamente diferenciador e identificatório, que a Sociologia ligou no século XIX às noções correntes de família, aldeia, povoado, pequenos grupos, associações (SODRÉ, 2002, p. 194).

A influência do filósofo Roberto Espósito (2003) é aqui evidente: comunidade vem do latim *communitas*, palavra formada por dois radicais *cum* (o que reúne / o Eu e o Outro) e o *munus* (dever, obrigação, dívida). Refere-se, assim, à ideia de “pôr uma tarefa em comum”, ou seja, dispô-la como possibilidade de realização a mais de um. Não é uma substância comum (território, etnia, costumes, ideais políticos etc.) que é compartilhada na comunidade, é uma dívida com o Outro impessoal (os ancestrais, o Pai fundador).

O ser-em-comum da comunidade é a partilha de uma realização, e não a comunidade de uma substância. Quer dizer, não se define como um estar-junto num território, numa relação de consanguinidade, numa religião, mas como um compartilhamento ou uma troca (SODRÉ, 2002, p. 224).

Assim compreendida, a comunidade deixa de ser um lugar físico, tornando-se pura relação, porém não qualquer relação, mas uma relação de dívida. Ora, o que teríamos numa tal situação, senão indivíduos “esvaziados”, mas mantidos juntos por uma relação de dívida recíproca. Sabemos que os

laços mais consistentes, aqueles que carregamos para toda a vida, são também os mais pesados, os mais difíceis de manter numa sociedade solipsista, que valoriza o sucesso individual. Tais laços demandam responsabilidade e compromisso com a cadeia geracional (as gerações passadas, mas principalmente as futuras gerações). A vida contemporânea, sob a égide do Mercado e dos modelos consagrados pela mídia, tudo faz para *in-munizarmos*-nos desta dívida. Um recomeço é sempre possível, é verdade, e sempre bom, pois evita a totalização e a morte por asfixia na comunidade. Mas o imperativo de um tal recomeço, diz Sodré, nunca se faz individualmente, mas em comunidade.

Comunidade redescrita  , em resumo, abertura existencial; sua materialidade   o vínculo. Resulta daí outro conceito importante, mas do qual fazemos aqui uma ligeira referência: o sujeito da comunica o. Para Sodré, trata-se de um ser relacional, incompleto, diferente daquele constituído por uma subjetividade clássica (unificada e autocentrada), advinda de uma concep o acabada de Homem como produto da alma ou do espírito. O sujeito da comunica o,   aquele que vive, apalpa, sente e experimenta efetivamente a comunica o. Não aquele que disseca e metrifca, que analisa cirurgicamente o discurso midiático, sob a alega o exigente de uma suposta neutralidade científica.

## Referências

- DELEUZE, G. **Conversa es, 1972-1990**. Rio de Janeiro: Editora 34, 1992.
- ESPÓSITO, R. **Communitas**: origen y destino de la comunidad. Buenos Aires: Amorrortu, 2003.
- FOUCAULT, M. *Theatrum philosophicum*. In: FOUCAULT, M. **Ditos e escritos**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2000. p. 232-233. (v.2)
- HOBUSS, J. Sobre a disposi o em Aristóteles: *hexis* e *diathesis*. **Dissertatio**, n. 31, p. 221-233, 2010.
- PAIVA, R.; SODRÉ, M. **Cidade dos artistas**: cartografia da televisão e da fama no Rio de Janeiro. Rio de Janeiro: Mauad, 2004.
- RORTY, R. **Pragmatismo**: a filosofia da cria o e da mudança. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2000.
- SODRÉ, M. **A comunica o do grotesco**: um ensaio sobre a comunica o de massa no Brasil. Petrópolis: Vozes, 1972.
- SODRÉ, M. **O monopólio da fala**: fun o e linguagem da televisão no Brasil. Rio de Janeiro: Vozes, 1977.
- SODRÉ, M. **A verdade seduzida**: por um conceito de cultura no Brasil. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1983.
- SODRÉ, M. **A máquina de Narciso**: televisão, indivíduo e poder no Brasil. Rio de Janeiro: Cortez, 1984.
- SODRÉ, M. **O social irradiado**: violência urbana, neogrotesco e m dia. São Paulo: Cortez, 1992.
- SODRÉ, M. **Reinventando a cultura**: a comunica o e seus produtos. Rio de Janeiro: Vozes, 1996.
- SODRÉ, M. Objeto da comunica o   a vincula o social. **PCLA**, v. 3, n. 1, 2001a. Disponível em: <<http://www2.metodista.br/unesco/PCLA/revista9/entrevista%209-1.htm>>. Acesso em: 4 fev. 2012.
- SODRÉ, M. Sobre a vida anunciada. **Revista Galáxia**, v. 1, n. 2, p. 113-120, 2001b.
- SODRÉ, M. Tempo real e espaço virtual exigem uma nova teoria da comunica o. **Ciberlegenda**, n. 6, 2001c. Disponível em: <<http://www.uff.br/mestcii/muniz1.htm>>. Acesso em: 4 fev. 2012.
- SODRÉ, M. **Antropológica do espelho**: uma teoria da comunica o linear e em rede. Petrópolis: Vozes, 2002.
- SODRÉ, M. **As estratégias sensíveis**: afeto, m dia e política. Petrópolis: Vozes, 2006.
- SODRÉ, M. Sobre a *epist me* comunicacional. **Revista Matrizes**, v. 1, n. 1, p. 15-26, 2007.

Recebido: 04/02/2012

Received: 02/04/2012

Aprovado: 23/02/2012

Approved: 02/23/2012