

Isto é, Veja e Caros Amigos: a construção do Brasil nas páginas de revistas

Dimas Alexandre Soldi
PPG UNESP/BAURU

Índice

1	Introdução	2
2	Objetos midiáticos ideológicos	3
3	Metodologia	4
3.1	Nível discursivo	5
3.2	Nível narrativo	7
3.3	Nível profundo	11
4	Considerações finais	12
5	Referências bibliográficas	15

Resumo

Pela análise de três matérias publicadas pelas revistas *Isto É*, *Veja* e *Caros Amigos*, cujo tema reside na área diplomática envolvendo Brasil e Estados Unidos, constatou-se como se dá a articulação textual das matérias referentes ao assunto e juntamente os mecanismos responsáveis por produzirem efeitos de sentido. Utilizando a Teoria Semiótica Francesa, foi investigado o plano do conteúdo, segundo a definição Hjelmsleviana.

O percurso gerativo do sentido, método de abordagem adotado, segmenta a pesquisa em três níveis: o nível discursivo investiga como são organizadas as categorias actoriais, espaciais e temporais e quais são os temas presentes no discurso; o nível narrativo trata de aspectos como a manipulação e as modalizações passionais e; o nível fundamental mostra as oposições primordiais sobre as quais se assentam as demais, isso para descobrir quais são os verdadeiros efeitos de sentido que estão arquitetados no enunciado. A enunciação e as relações que envolvem os dois sujeitos (enunciador e enunciatário) presentes nessa instância enunciativa também são investigadas.

Por meio desses aspectos, foi possível inferir sobre o fazer-jornalístico e o fazer-persuasivo a intencionalidade intrínseca no enunciado responsável pelas diferentes construções textuais e representações do Brasil.

1 Introdução

Na sociedade contemporânea, onde a diversidade informacional atinge uma significativa parcela da população, algumas questões inerentes a essa realidade são motivos de estudos e debates entre os profissionais das ciências humanas, principalmente da comunicação e da linguagem. Uma delas relaciona-se com a opacidade dos textos midiáticos, já que tais produtos não são primeiramente a própria realidade, mas sua representação, sua construção, com toda maquiagem e recorte designados pelo produtor. Além disso, tais textos apresentam uma significativa carga persuasiva, a qual tem a função de manipular o consumidor midiático e fazer com que este fique preso a um sistema de valores.

Devido a essa complexidade dos textos midiáticos, pela aplicação de alguns princípios da Semiótica francesa em tais produtos, que é a preliminar desta pesquisa, chega-se a inferir acerca do fazer-jornalístico. Os reais interesses do produtor - enunciador - que estão por detrás de um enunciado aparentemente ingênuo e imparcial, a sua intencionalidade, o faz-criar o consumidor de tais

produtos - o enunciatário -, os valores contidos no discurso, são algumas questões que fazem parte desta pesquisa e que se tentará esclarecê-las.

Ao tentar reproduzir uma realidade, os produtos midiáticos criam uma segunda, que na maioria das vezes, apresenta um resultado distorcido e opaco. Ao enaltecer temas como riqueza, ordem, equilíbrio, pacividade, o texto cria concepções representantes do que é o /Bem/, e em contrapartida, o contrário, torna-se o disfórico, o negativo, o /Mal/. Brasil e Estados Unidos são arquitetados por figuras que conduzem a estes temas.

2 Objetos midiáticos ideológicos

O *corpus* desta pesquisa referente a aplicação da semiótica francesa em textos midiáticos, é constituído por três matérias publicadas pelas revistas Isto É, Veja e Caros Amigos, cujos títulos são "Brasil dá o troco", "Olho por olho, dedo por dedo" e, "Reciprocidade e palmeiras de sabiá". Todas elas foram publicadas em janeiro de 2004 e tratam do episódio conhecido pelo termo jurídico "Reciprocidade".

Para uma medida tomada pelo governo dos Estados Unidos, no final de 2003, em cadastrar todos os turistas que adentram ao território, com exceção dos países ricos, o Brasil, fundamentado pelo termo jurídico conhecido como Reciprocidade, passou a cadastrar apenas os turistas americanos que desembarcam no país, a partir de janeiro de 2004. A notícia gerada foi polêmica e as principais empresas midiáticas se manifestaram contrárias ou favoravelmente à medida tomada pelo Brasil. Dessa forma, os produtos produzidos pelas revistas mencionadas acerca do episódio tornaram-se objetos-semiótico para investigar como cada uma se posicionou e como construiu a imagem do Brasil e dos Estados Unidos por elas representados.

Prega o Código de Ética Internacional do Jornalismo, que o jornalista deve ser o mais imparcial e o mais objetivo que puder, mas verificar-se-á a impossibilidade em fazer um jornalismo

isento, justamente porque a subjetividade é intrínseca à produção midiática e dela indissociável. O que pode haver é uma maior maquiagem dessa parcialidade, mas isso não garante menor ou maior isenção.

3 Metodologia

Algumas pesquisas que vêm sendo desenvolvidas junto à comunidade acadêmica em diversos grupos demonstram a importância dos estudos da Semiótica francesa quando aplicados nos meios de comunicação de massa. Por meio desta pesquisa, constata-se a pertinência dessa relação, que pode ser designada por Semiótica Comunicacional.

A teoria da Escola de Paris tem como precursor A. J. Greimas, que desenvolve o pensamento saussuriano, do qual a semiologia faz parte, e inaugura o que se conhece como Semiótica francesa. Em busca do sentido, o Percorso gerativo do sentido é o método básico que, partindo da imanência à manifestação, chega-se à significação, ao conjunto de valores que podem ser apreendidos de um enunciado. Esse percurso vai do mais simples e abstrato ao mais complexo e concreto em três etapas principais: nível profundo, narrativo e discursivo.

Pelo percurso gerativo do sentido, esta pesquisa percorreu os textos midiáticos mencionados. Através da análise enunciativa, entendida como uma análise detalhada de um texto no âmbito do enunciado, compreende-se como foi construído o real e como este foi articulado na narrativa e; pela análise enunciativa, empreendida simultaneamente com a outra, verifica-se a intencionalidade manifestada pela enunciatória do discurso e como este exerceu o fazer-jornalístico para captar a adesão do enunciatário e persuadi-lo.

3.1 Nível discursivo

Como num filme hollywoodiano ou como numa novela mexicana, a disposição actorial nas três matérias analisadas se dá de forma a compor dois blocos antagônicos marcados por espaços diferentes. De um lado, estão os atores que representam papel temático favorável aos interesses americanos, portanto ao espaço Estados Unidos; de outro, estão os atores que representam os interesses brasileiros, referentes ao espaço Brasil.

Vale ressaltar que nem sempre o ator que faz parte de um determinado espaço desempenha papel temático favorável a seu espaço, ele pode representar um outro interesse. Como é o caso, por exemplo, do prefeito do Rio de Janeiro (Cesar Maia) que representa o espaço Estados Unidos e assume pertencer ao lado americano, na revista *Isto É*. O seu discurso ("É uma represália que nos ridiculariza do mundo"), além de criticar o Brasil, está repleto de temas ligados ao /subdesenvolvimento/ e /ambição/. Observa-se, ainda, em relação a esta revista, que os atores presentes no enunciado desempenham, em sua maioria, papel temático favorável aos interesses estadunidenses, como é o caso do cidadão americano (Kevin Byrne - "Depois dessa experiência, considero seriamente a hipótese de nunca mais pisar aqui"), descontente com o processo de identificação brasileiro. Nota-se que os dois atores citados (Cesar Maia e Kevin Byrne) estão ancorados em discurso direto, o que cria um efeito de realidade, de referente, além de opinativo (mas isto se refere à enunciação).

Na revista *Veja*, no entanto, há discurso indireto advindo de atores pertencentes ao bloco brasileiro, como é o caso do discurso do ator /juiz Silva de Mato Grosso/, porém, isso é apenas um artifício para inserção de um contra-argumento. Assim, percebe-se que o ator é ridicularizado, interpretação depreendida dos trechos nos quais ele fundamenta sua atitude em cadastrar os americanos e sobre os quais é criticado. Um dos trechos é o seguinte: "Consigno que considero o ato em si absolutamente brutal, atentatório aos direitos humanos, violador da dignidade humana, xenófobo e digno dos piores horrores patrocinados pelos nazistas"(referindo-

se à medida americana de cadastro). Na seqüência aparece uma ironia, na qual aparentemente o argumento do juiz é reforçado: "Para o juiz Silva, a decisão americana de fichar estrangeiros (...) equivale à política de extermínio nazista de milhões de judeus, poloneses, russos, ciganos, católicos e homossexuais". Após ironicamente reforçar o argumento inicial, o enunciador manifesta seu posicionamento: "Diante de tal 'violação dos direitos humanos', a solução do juiz foi baixar uma medida liminar vingativa e discriminatória contra os americanos". A expressão "violação dos direitos humanos" aparece entre aspas justamente para afirmar que não se trata da posição do enunciador, mas do efeito pretendido: ridicularizar o juiz.

Os espaços, em ambas as revistas (*Veja* e *Isto É*), são construídos por isotopias eufóricas e disfóricas. Se o espaço Estados Unidos é constituído pela sua /organização/ o espaço Brasil é formado pelo seu /caos/. A confusão nos aeroportos brasileiros é marcada pela disforia, o caos; ao contrário da situação dos aeroportos americanos, marcada pela euforia, a /organização/. De um lado a /ordem/ é representada pelos Estados Unidos e do outro a /desordem/ é representada pelo Brasil. Na revista *Veja*, ainda, a segmentação espacial conduz a uma postura antiamericana. Brasil faz parte de um bloco ainda maior, o mundo árabe. "O Brasil se tornou o primeiro país fora do mundo árabe a combater medidas antiterroristas com medidas antiamericanas", neste trecho fica clara a relação do espaço Brasil com os demais espaços presentes no enunciado. Ao mesmo tempo em que o Brasil é isolado dos outros países que mantém relações com os Estados Unidos, ele é comparado com o mundo árabe. O espaço conduz, portanto, a esse isolamento do Brasil com os países /organizados/, /ordeiros/, representados pelos Estados Unidos, juntamente com os 27 países que não passam pelo cadastro (os países ricos). E por outro lado, através da comparação com o mundo árabe e pela situação nos aeroportos, o coloca como integrante do /caos/, da /confusão/, da /desordem/.

Ao contrário das revistas mencionadas anteriormente, que se

esforçaram para garantir um texto "objetivo" do ponto de vista jornalístico, mais precisamente em relação à Isto É, o texto da Caros Amigos extrapola tal limite, considerado fundamental para a imparcialidade, e apresenta-se como um enunciado claramente opinativo, sem maquiagens ou falsas objetividades que camuflam a subjetividade.

Nesse aspecto, o discurso é articulado em primeira pessoa, o que o torna altamente subjetivo. O enunciador, por desambiguação enunciativa aparece simultaneamente como narrador e ator do discurso. Assim, a possível opinião do enunciador (no caso, Marilene Felinto) se desenvolve articulada com outros atores do discurso e coordena, de forma explícita, o fazer-persuasivo ligado ao enunciatário.

Quanto a tematicidade presente nos três enunciados, é possível notar uma segmentação em blocos. Por meio de sintagmas da Isto É, do tipo, "Brasil dá o troco", "Foi o troco, ou 'política de reciprocidade', para uma medida adotada pelo governo americano", "O pior está por vir: 37 transatlânticos devem chegar à cidade até o fim do verão, lotados de americanos", e da Veja, "Olho por olho, dedo por dedo", "Na alfândega americana, sistema para armazenar a foto e as digitais de estrangeiros de 150 países", "Na alfândega brasileira, sistema improvisado para fichar apenas os americanos", nota-se temas como /vingança/, /subdesenvolvimento/, /pobreza/, /caos/ e /desordem/, todos disfóricos e que representam o Brasil; por outro lado, a oposição desses temas representa os Estados Unidos.

3.2 Nível narrativo

No nível narrativo, nota-se como estão organizados os actantes presentes na narrativa e como estes se relacionam com seus objetos, de acordo com a intencionalidade manifestada pelo destinatário. Este tem a função de persuadir um actante, convencer-lhe a relacionar-se com o objeto em estado de junção ou de disjunção.

Nas revistas Isto É e Veja, o destinador Estados Unidos, para

ter controle sobre os estrangeiros que adentram ao país, faz com que todos os turistas, com exceção daqueles dos países ricos, passem por um processo de identificação em seus aeroportos. O ato de cadastrar os turistas nos aeroportos é o próprio objeto modal relacionado a esse sujeito. O objeto valor é, dessa forma, garantir segurança aos Estados Unidos, depois que estes foram vítimas de atentados terroristas. No entanto, a alternativa do sujeito Brasil, vítima do cadastro, é "dar o troco" ou "olho por olho, dedo por dedo". Com o intuito de vingar-se do destinatador Estados Unidos, ou seja, o próprio objeto valor relacionado agora a este sujeito, Brasil passa a cadastrar os turistas americanos que desembarcam no país, o objeto modal.

Tendo em vista esses aspectos, percebe-se os interesses dos dois sujeitos envolvidos: enquanto o de um é garantir segurança, paz; o de outro, é vingar-se. No entanto, a revista *Caros Amigos*, traz uma narrativa marcada por objetos distintos destes primeiros. Para esta, quando o destinatador Estados Unidos decide colocar em conjunção os turistas com o objeto modal, o cadastro, isso significa que este sujeito tem como objeto valor exercer o imperialismo, dominar o mundo. Por outro lado, o "troco" brasileiro, significa garantir que sejam respeitados os direitos humanos, a igualdade, a justiça.

O quadro abaixo exemplifica o que foi exposto:

Programa narrativo de base		
Revistas	Blocos	Objeto Valor
Isto É	Estados Unidos	Garantir segurança aos Estados Unidos
	Brasil	Vingar-se dos Estados Unidos
Veja	Estados Unidos	Garantir segurança interna
	Brasil	Vingar-se dos Estados Unidos
Caros Amigos	Estados Unidos	Exercer o imperialismo
	Brasil	Garantir igualdade/justiça

Um outra questão referente à narrativa também deve ser observada: a manipulação. De acordo com a semiótica francesa, existem quatro grandes categorias de manipulação: tentação, sedução, provocação e intimidação. Quando o destinador Estados Unidos manipula o actante Brasil a passar pelo processo de identificação, para as revistas *Isto É* e *Veja*, isso se dá por tentação. O objeto valor do sujeito Estados Unidos, garantir segurança, paz, é um objeto que, de acordo com a cultura judaico-cristã compreende os valores morais identificados como os "certos", os "verdadeiros", como inerentes ao "Bem". Dessa forma, o sujeito Brasil, manipulado pela tentação de contribuir à paz, deve passar pelo cadastro.

Nesse sentido, entende-se uma manipulação por intimidação encoberta por tentação. As revistas tentam construir uma narrativa do que é o "Bem" e, assim, encobrem a intimidação presente. Quando o actante os turistas fica em conjunção com o processo de identificação nos aeroportos, ele não o faz pela manipulação da tentação, com o desejo de garantir paz, ele o faz pela manipulação da intimidação. Este sujeito além de ser dotado de um saber e de um poder-fazer, ele só o faz pelo dever-fazer, ou seja, há um não-querer-fazer. Mas o dever-fazer fazer é mais forte, uma vez que implica em pisar no território americano ou não. Dessa forma, percebe-se a manipulação pela intimidação: o sujeito os turistas são intimidados e não tentados. A narrativa da revista *Caros Amigos*, diferente das revistas anteriores, deixa explícita a manipulação por intimidação, não a maquia com tentação como fazem as outras.

Sobre esse não-querer-fazer, que transcende o dever-fazer, é importante mencionar a semiótica das paixões, desdobramentos dos efeitos passionais. Segundo ela, "numa narrativa, o sujeito segue um percurso, ou seja, ocupa diferentes posições passionais, saltando de estados de tensão e de disforia para estados de relaxamento e de euforia e vice-versa" (BARROS, 2001, p. 47). No percurso do destinador Estados Unidos, o sujeito os turistas estavam num estado inicial de relaxamento e de euforia, porém, depois do

fichamento passaram desse estado para o estado de tensão e disforia. Inicialmente tinham o poder e o saber-fazer, não tinham o querer-fazer, os Estados Unidos deram o dever-fazer. Este último faz com que (obriga) os turistas passem pelo cadastro. Com isso, sem o querer-fazer, ou com o não-querer-fazer, desenvolve-se um clima de tensão e de disforia, que pode ser resolvido de apenas duas formas, pela resignação ou conformação ou pela reparação. O episódio, então, como a narrativa sugere, é marcada pela vingança, ou seja, optou-se pela reparação. Nesse caso, temos manifestadas as paixões complexas, definidas de acordo com Barros (ibidem), "são (elas) efeitos de uma configuração de modalidades, que se desenvolve em vários percursos passionais". Dessa forma, entende-se paixões complexas como o encadeamento de paixões, ou seja, uma primeira paixão, marcada por determinada timia, através de sua satisfação ou insatisfação, gera uma segunda paixão. Na narrativa, após o estado inicial de euforia (antes do cadastro), o estado de disforia (não-querer-fazer mas dever-fazer e fazer), que é justamente a insatisfação, gera a paixão complexa exemplificada nesse caso pelo desejo de vingança. Dessa forma, qualificado pelo querer-fazer mal a quem o ofendeu e pelo poder de fazê-lo, o sujeito Brasil está pronto para reparar a falta, pela vingança ou pela revolta. Trata-se no caso de revolta contra o destinador injusto. "O sujeito da malevolência vive as paixões da hostilidade, da antipatia, da aversão, enquanto os sujeitos que podem reparar a falta sofrem o ódio, a cólera, a raiva, ou o rancor."(BARROS, ibid., p. 52). Brasil, para Veja e Isto É, é então um sujeito encolerizado.

No entanto, a narrativa da Caros Amigos, deixa explícito um outro efeito passional: a cobiça. Para esta, a paixão da vingança representada pela atitude brasileira não representa uma disforia, o que há de disfórico é a paixão da cobiça representada pela atitude do sujeito Estados Unidos em querer dominar o mundo.

Sob esses dois diferentes aspectos foram construídas as narrativas analisadas. O quadro abaixo retoma essas questões:

Revistas	Blocos	PNB e PNU	Paixão priorizada	Manipulação
<i>Isto É</i>	Brasil	Disforia	Vingança	
	EUA	Euforia		Tentação (que encobre a intimidação)
<i>Veja</i>	Brasil	Disforia	Vingança	
	EUA	Euforia		Tentação (que encobre a intimidação)
<i>Caros Amigos</i>	Brasil	Euforia		
	EUA	Disforia	Cobiça	Intimidação (revelada)

3.3 Nível profundo

Pela teoria francesa, todo enunciado é construído à partir de uma oposição fundamental, sobre a qual desencadeiam as demais oposições recorrentes. O enunciador se apoia em semas opostos e, de acordo com sua intencionalidade, constrói seu discurso manifestando-se favoravelmente em um dos lados da oposição.

Pela análise das três matérias, encontramos uma oposição englobante definida por /Mal/ e /Bem/, cujos desdobramentos são os valores que representam os espaços mencionados nas matérias. Nas revistas *Isto É* e *Veja*, o espaço Brasil é sempre marcado por uma isotopia disfórica, a qual remete ao efeito de sentido ligado ao /Mal/; entretanto, *Caros Amigos*, ao mesmo tempo que cria um Brasil eufórico, remete aos Estados Unidos uma disforia associada ao /Mal/.

As linhas ideológicas propostas pelas revistas são articuladas por uma sucessão de efeitos e de oposições, sobre os quais se percebe os reais valores que estão contidos no enunciado e através dos quais o enunciador tenta persuadir o enunciatário. Chega-se à oposição /Mal/ vs. /Bem/ por uma sucessão sêmica. Brasil, pelas revistas *Isto É* e *Veja*, é um país marcado por /subdesenvolvimento/, /desordem/ e /caos/ e que por isso representa a /vin-

gança/, o /Mal/; para Caros Amigos, Brasil é marcado por /igualdade/ e /justiça/, o /Bem/. Com o contrário tem-se o seguinte: pelas duas primeiras revistas, Estados Unidos é marcado por /desenvolvimento/, /equilíbrio/ e /ordem/, o /Bem/; para a outra revista, Estados Unidos se constitui por /totalitarismo/ e /opressão/, o /Mal/.

Dessa forma, o enunciador das matérias começa a construir seu discurso baseado nessas oposições, cada um, de forma maniqueísta, assume um dos lados e constrói o seu real manifestando-se intencionalmente.

Revistas	Blocos	Semas recorrentes (gradação sêmica)			Oposição primordial
<i>Isto É</i>	Brasil	/Subdesenvolvimento/	/Caos/	/Vingança/	/Mal/
	EUA	/Desenvolvimento/	/Equilíbrio/	/Cooperação/	/Bem/
<i>Veja</i>	Brasil	/Subdesenvolvimento	/Desordem/	/Vingança/	/Mal/
	EUA	/Desenvolvimento/	/Ordem/	/Perdão/ (cooperação)	/Bem/
<i>Caros Amigos</i>	Brasil	/Subdesenvolvimento	/Igualdade/	/Justiça/	/Bem/
	EUA	/Desenvolvimento/	/Totalitarismo	/Opressão/	/Mal/

4 Considerações finais

Aplicada sob o aspecto do plano do conteúdo no verbal a semiótica francesa foi capaz de evidenciar diversos mecanismos de estruturação do texto e de produção do sentido. Através dela percorreu-se as marcas deixadas pelo enunciador, as quais evidenciaram intencionalidade, e chegou-se a figura do enunciatário, compreendendo, de forma ampla, o processo da enunciação.

Com o auxílio da metodologia utilizada, esta pesquisa foi capaz de pensar e aprofundar questões relacionadas ao fazer-jornalístico, o qual se destaca na sociedade atual por sua importância social. Pela aplicação do percurso gerativo do sentido, método de análise do verbal, notou-se, de forma sistematizada, como foram construídos os sentidos presentes no enunciado. Percebeu-se como o enunciador se manifesta através de "pistas" deixadas por ele no enunciado. Viu-se que *Veja* e *Caros Amigos* apresentaram semelhanças em relação à enunciação, ambas não se esforçaram para esconder a opinião do enunciador, este se manifestou claramente opinando e refletindo sobre os acontecimentos, às vezes, como na *Caros Amigos*, como próprio ator do discurso. Na matéria da *Isto É*, entretanto, optou-se por construir um texto mais objetivo do ponto de vista jornalístico, mais imparcial. No entanto, percebeu-se que o grande responsável pela subjetividade, pela imparcialidade, não foi apenas a escolha paradigmática correspondente às categorias actoriais, espaciais e temporais, mas todo o conjunto sobre o qual esteve presente a intencionalidade. Dessa forma, todas as matérias analisadas concentraram parcialidade e subjetividade, embora foram mais maquiadas pela *Isto É*.

A matéria da *Caros Amigos*, justamente por se tratar de uma coluna, texto opinativo por excelência, fica isenta de alguns questionamentos acerca da imparcialidade, mas sobre *Veja*, cuja matéria foi caracterizada como um texto informativo, indaga-se sobre sua aproximação com o texto opinativo e, dessa forma, sobre o seu fazer-jornalístico. Nesta, não houve a necessidade de maquiagem as opiniões editoriais da própria revista, seu posicionamento acerca do tema foi construído de forma direta e opinativa, quase um comentário. A *Isto É*, apesar de também deixar claro seu posicionamento, o fez de forma mais sutil, sem se manifestar claramente, deixando tudo subentendido. Devido a esses apontamentos, chega-se a inferir sobre a necessidade jornalística em manter a segmentação quanto aos gêneros opinativos e informativos, visto que ambos são em sua essência opinativos, subjetivos, parciais e persuasivos.

Quanto ao fazer-jornalístico, notou-se o maniqueísmo evidente nas três revistas, todas se posicionaram e opinaram de um dos lados, como se seu posicionamento fosse o verdadeiro e qualquer argumento que pudesse prejudicar o posicionamento assumido foi rapidamente colocado em xeque e contestado. Dessa forma, é importante pensar acerca dos cursos de comunicação e da maioria dos títulos referentes à área, que dizem sempre que um bom texto deve sempre apresentar os dois lados da história, colocar argumentos favoráveis e argumentos contrários. Em vista disso, o produtor de um texto midiático leva essas orientações ao extremo e quando esses argumentos são mencionados em seu texto, eles são sempre radicais, em linhas gerais, sempre contém um conteúdo marxista, de esquerda ou um conteúdo de direita, um conteúdo ligado ao Bem ou um conteúdo ligado ao Mal. Assim, o que se verifica é o maniqueísmo sempre presente nos textos midiáticos, o que difere totalmente da realidade tratada, cuja característica é diferente do que postula muitas linhas teóricas e mesmo do que postula muitas religiões ocidentais. Talvez, a saída esteja no momento anterior de produzir um texto, no pensar um pouco mais na cultura oriental, em que não há uma oposição tão explícita do que é o Bem ou do que é o Mal, mas uma complementação. Portanto, os jornalistas não podem deixar de lado os meios-termos, pois eles sempre existem e podem levar o consumidor dos textos midiáticos a uma cognição mais analítica acerca do pensar a realidade. Caso isso não ocorra, haverá sempre uma polarização do conteúdo das notícias, e o espectador-leitor continuará lendo histórias de mocinho e bandido e de herói e anti-herói e, por fim, haverá sempre um desrespeito ao público pela falta de informação de boa qualidade.

5 Referências bibliográficas

- BARROS, D. L. P. de. *Teoria semiótica do texto*. São Paulo: Ática, 2001.
- FELINTO, M. Reciprocidade e palmeiras de sabiá. In: *Caros Amigos*. São Paulo: Casa Amarela, ed. 83, p. 07, fev. 2004.
- FIORIN, J. L. *As astúcias da enunciação - As categorias de pessoa, espaço e tempo*. São Paulo: Ática, 2001.
- GROUPE D'ENTREVERNES. *Analyse sémiotique des texts: introduction, théorie et pratique*. Lyon: Presses Universitaires de Lyon, 1977.
- HOLLANDA, E; MIRANDA, R. "Brasil dá o troco". In: *ISTO É*. São Paulo: Três ed.1788, p. 66, 12 jan. 2004.
- WEINBERG, M. "Olho por olho, dedo por dedo". In: *Veja*. São Paulo: Abril, ed. 1836, p. 46 – 47, 14 jan. 2004.