A dimensão simbólico-mítica do jornalismo para além da dicotomia objetividade/subjetividade[1]

Flávia Dourado Maia
Mestre; UFSC
vinhadourado@gmail.com

Resumo

O artigo discute a urgência de novos pontos de vista epistemológicos para estudar a dimensão simbólico-mítica do jornalismo, pontos que permitam ir além da dicotomia objetividade-subjetividade. Para isso, apresenta os paradigmas hegemônico e contra-hegemônico na área, apontando limitações e potencialidades, e propõe o diálogo com as teorias do imaginário como alternativa para investigar as manifestações míticas nas notícias.

Palavras-chave

Jornalismo. Objetividade. Imaginário.

1 Introdução

Ao tomarem as manifestações dos mitos nas notícias como índices de subjetividade ou, dito de outro modo, da atuação de forças antropossociais no fenômeno jornalístico, os estudos sobre a dimensão simbólico-mítica do jornalismo fazem um contraponto ao ideal de objetividade difundido pelo positivismo e abraçado com grande complacência por jornalistas e pesquisadores da área, sobretudo na forma do funcionalismo. Contudo, ao limitar-se ao caráter universal e cíclico dos mitos, atendo-se apenas à influência do status quo na produção e reprodução de sentidos pela mídia, esses estudos tendem por radicalizar e migrar para o extremo oposto da tradição positivista – o da denúncia ideológica, da

[1] Artigo elaborado a partir da dissertação de mestrado "O jornalismo entre o efêmero e o eterno: imaginário e natureza na Globo Rural (1985-2010)", defendida em 2011 junto à Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) sob a orientação de Gislene Silva.

subjetividade como distorção da realidade, da fabricação de consensos, da alienação e manipulação, enfim, da crítica irrestrita.

Martín-Barbero (2008, p. 281) atenta para essa tendência no campo lato das teorias da comunicação ao afirmar que: "A onipotência atribuída pela versão funcionalista aos meios passou a recair sobre a ideologia, que se tornou objeto e sujeito, dispositivo totalizador dos discursos." No caso específico das pesquisas sobre as relações entre jornalismo e mito, uma tal inversão traduz-se no que Silva e Dourado Maia (2011) definem como "perspectiva consensualista" – uma perspectiva de investigação predominante, caracterizada pela associação da simbologia-mítica presente nas notícias a um dispositivo de manutenção do status quo, circunscrição de sentidos e homogeneização das visões de mundo, que atua na contramão dos movimentos de transformação sócio-histórico-cultural.

Tem-se, assim, que no esforço para lançar um olhar inovador e mais complexo sobre o fenômeno jornalístico, os estudos sobre a dimensão simbólico-mítica do jornalismo acabam por resvalar no pensamento maniqueísta que opõe objetividade e subjetividade, tomando a inviabilidade de uma notícia objetiva "[...] como uma limitação, um sinal da impotência humana diante da própria subjetividade, ao invés de perceber essa impossibilidade como um sinal da potência subjetiva do homem diante da objetividade", como destaca Genro Filho (1987, p. 183). O autor chama atenção para o reducionismo dos modelos teóricos engendrados sob os paradigmas objetivista/funcionalista e subjetivista/ideológico, por serem ambos extremistas:

> De um lado, ele [o jornalismo] é visto apenas como instrumento da dominação burguesa, como linguagem do engodo, da manipulação e da consciência alienada. Ou simplesmente como correia de transmissão dos "aparelhos ideológicos de Estado", como mediação servil e anódina do poder de uma classe, sem qualquer potencial para uma autêntica apropriação simbólica da realidade. De outro lado, estão as visões meramente descritivas ou mesmo apologéticas – tipicamente funcionalistas – em geral suavemente coloridas com as tintas do liberalismo: a atividade jornalísticas como "crítica responsável" baseada na simples divulgação objetiva dos fatos, uma "função social" voltada para o "aperfeiçoamento das instituições democráticas". (GENRO FILHO, 1987, p. 37).

Conforme avalia Benetti (2004, p. 7), o fenômeno jornalístico tem sido analisado principalmente sob dois pontos de vista teóricos:

> [...] ou como 'naturalmente' vocacionado para refletir a realidade ou como 'evidentemente' utilizado para construí-la. De qualquer ponto de vista, o eixo balizador do debate habitualmente tem sido a ideologia, e o paradigma, o da objetividade.

Para a autora, a possibilidade de se relatar um fato de forma objetiva e imparcial:

> [...] sem que essa narrativa seja matizada por preconceitos, sensações, impressões ou predileções de quem narra [...] é uma discussão cara ao jornalismo, tanto recusada quanto retomada obsessivamente, mas raramente posta na cena de um avanço rumo a um novo paradigma. (BENETTI, 2004, p. 2).

A univocidade sobre a qual fala Benetti (2004) reduz consideravelmente a pluralidade de pontos de vista epistemológicos sobre o fenômeno jornalístico. Por isso, faz-se necessário problematizar o jornalismo a partir de abordagens de investigação que fujam da dicotomia objetividade/subjetividade e que tornem possível, pois, estudar as manifestações do simbólico-mítico nas notícias para além da perspectiva consensualista.

2 Por outras abordagens

Para se chegar a novos modelos teóricos do jornalismo, particularmente de sua dimensão simbólico-mítica, cabe, num primeiro momento, compreender tanto o paradigma hegemônico quanto o contra-hegemônico na área – definidos aqui, respectivamente, como "midiacêntrico" e "sociocêntrico", segundo conceituação proposta por Motta (2005) –, identificando suas principais características e apontando suas limitações e potencialidades, para então pensar vias de estudo alternativas, que permitam diversificar os olhares sobre o fenômeno jornalístico e contornar o vício da polarização objetividade/subjetividade.

O paradigma midiacêntrico é marcado pelo lugar central atribuído à mídia no processo comunicativo e pelo objetivo primeiro de esclarecer o que o jornalismo faz com a sociedade ao difundir determinas visões de mundo. De acordo com Motta (2005), esse paradigma abrange linhas de pensamento muito divergentes porque se desenvolveu desde abordagens bastante distintas, como marxismo, funcionalismo e estruturalismo; no entanto, "Guardadas as diferenças, todas conferem ao jornalismo certa autonomia como um ator social ativo no jogo democrático e procuram denunciar seu poder de configurar a cultura política da sociedade, confirmando seu lugar hegemônico de dizer e de poder dizer". (MOTTA, 2005, p. 2).

De modo amplo, os estudos sobre a dimensão simbólico-mítica das notícias – apreendidos aqui com base na perspectiva consensualista – podem ser incluídos neste paradigma por englobarem abordagens variadas, mas que convergem na percepção

norteadora de jornalismo como uma potência continuísta e homogeneizadora[2]. Como observa Motta (2005), os caminhos utilizados pelos pesquisadores variam, mas os trabalhos desenvolvidos por eles insistem no que já se tornou lugar comum:

> O conteúdo do jornalismo de massas está inexoravelmente submetido às determinações comerciais e empresariais, tem um caráter politicamente conservador, impermeável aos interesses sociais populares ou oposicionistas [...] o jornalismo manipula as informações de acordo com a sua lógica comercial e ideológica, seus conteúdos são medíocres, sensacionalistas [...], homogeneizadores do pensamento social e levam à despolitização da sociedade. (MOTTA, 2005, p. 5).

Pode-se acrescentar, ainda, entre os aspectos que caracterizam o paradigma midiacêntrico, a noção de instrumentabilidade. Para Resende (2004), as correntes teóricas predominantes nas pesquisas em jornalismo – a funcionalista e a teórico-crítica, derivadas, respectivamente, do positivismo e do marxismo – dão ênfase, cada uma a seu modo, ao uso instrumental da mídia, entendida em termos de eficiência técnica, poder e efeito ou influência da mensagem sobre o público. Martín-Barbero (2008) também se volta para as distorções subjacentes à ideia de instrumentabilidade. Segundo o autor, tal ideia privou os meios:

> [...] de densidade cultural e materialidade institucional, convertendo-os em ferramentas de ação ideológica [...] a ideologização impediu que se interrogasse qualquer outra coisa nos processos além dos rastros do dominador. Nunca os do dominado, muito menos os do conflito. (MARTÍN-BARBERO, 2008, p. 281).

Ao concentrar toda a iniciativa da produção de sentidos na fonte de informação, isto é, no lado do emissor, o paradigma mediacêntrico ignora o papel ativo do receptor no processo comunicativo, identificando-o a uma vítima manipulada, condenada a reagir passivamente aos estímulos vindos dos meios. Como aponta Genro Filho (1987, p. 100):

> [...] o controle e a manipulação a que a indústria cultural submete as massas são consideradas [*sic*] quase onipotentes. Não são percebidas brechas significativas no processo cultural hegemonizado pela burguesia, ou seja, a manifestação [...] de contradições políticas e ideológicas.

Do mesmo modo, Silva (2006, p. 96) critica a corrente teórica ligada aos efeitos manipulatórios da mídia, sobretudo por confinar o estudo da cultura de massa aos estreitos limites da razão e da emissão, desconsiderando, pois, a potência da recepção:

[2] Não se sugere, com isso, que as diversas pesquisas orientadas pelo paradigma midiacêntrico tendam para tal percepção do jornalismo, mas que a maior parte delas o faz. Afinal, como destaca Motta (2005), tais pesquisas não constituem um corpo coerente e homogêneo, mas um conjunto fragmentado, permeado por princípios teórico-metodológicos e objetos diversos e até antagônicos.

> [...] as análises frankfurtianas da indústria cultural quase não deixaram espaço para a ressignificação da mensagem pelo destinatário. [...] a indústria cultural só viu o consumidor, embora defendesse o cidadão indefeso, e hiperdimensionou o poder do emissor.

O paradigma midiacêntrico corrobora, pois, o modelo mecânico e linear de comunicação, fundamentado no poder irrestrito dos meios e na eficácia das mensagens. Trata-se, de acordo com Martín-Barbero (1995, p. 40), de um "[...] modelo em que comunicar é fazer chegar uma informação, um significado já pronto, já construído, de um polo a outro. Nele, a recepção é o ponto de chegada daquilo que já está concluído." O autor critica essa epistemologia condutista e apresenta como alternativa a tomada da recepção não como uma mera etapa do processo comunicativo, tampouco como a mais importante, mas como um novo lugar para "[...] se rever e repensar o processo inteiro da comunicação", que reconhece a autonomia dos receptores (MARTÍN-BARBERO, 1995, p. 40).

O ponto de vista epistemológico constituído a partir desse novo lugar problematiza a visão iluminista da comunicação, bem como questiona a possibilidade de formação, por iniciativa exclusiva do emissor, de um pensamento uniforme, capaz de articular e conciliar os valores dispersos e frequentemente contraditórios dos indivíduos. Propõe, assim, o enfoque na mediação – compreendida como a dimensão etérea e fragmentária da vida cotidiana, na qual a sociedade se produz e não só se reproduz – em substituição ao enfoque nos meios, entendidos como um espaço concreto e prioritariamente político-econômico, voltado para a dominação/libertação de mentes.

Alguns dos aspectos implicados nesta epistemologia renovada podem ser identificados na definição de paradigma sociocêntrico – um paradigma contra-hegemônico, ainda em construção, que leva em conta a potência do jornalismo como um ambiente de sociabilidade, "[...] permeável às contradições sociais e às pressões da sociedade civil, sujeito a inúmeras negociações". (MOTTA, 2005, p. 2). As investigações conduzidas sob esse paradigma se preocupam em analisar como os grupos sociais se apropriam estrategicamente da mídia, contrapondo as visões de mundo midiáticas, revertendo as posições autoritárias que tais visões disseminam e amplificando os dizeres numa "[...] disputa pela visibilidade e pela conquista do poder". (MOTTA, 2005, p. 11). Neste novo paradigma:

> [...] o jornalismo não é visto como um aparato ideológico homogeneizador da cultura e do pensamento, necessariamente a serviço da lógica comercial. Ele não é um agente autônomo despolitizador, uma "fábrica conservadora de sonhos" impondo continuamente um só pensamento.

> Nesse paradigma, a sociedade é formada por classes, frações de classe, grupos organizados, movimentos sociais com graus de organização, de enfrentamento e de articulação diversos, capazes de romper as barreiras políticas e de tornar visíveis suas bandeiras no interior do jornalismo conservador. (MOTTA, 2005, p. 11-12).

Embora permaneça muito arraigado ao repertório conceitual do poder político e econômico, o paradigma sociocêntrico oferece contribuições valiosas para se pensar abordagens alternativas de investigação do jornalismo que extrapolem o midiacentrismo – já amplamente explorado na área – e tornem possível contemplar as dimensões objetiva e subjetiva do fenômeno jornalístico, não com o intuito de contrapô-las, mas de superar o pensamento dicotômico que as opõem como se fossem instâncias inconciliáveis e refratárias uma à outra. Pois, entende-se aqui que a subjetividade não conduz necessariamente à imposição ou assimilação de ideias preconcebidas, visto que também se vincula à dinâmica inventivo-criativa da produção de sentidos. Como ressalta Silva (2009, p. 31), ainda que: "[...] objetividade/cientificidade e subjetividade/ sensibilidade poética interpretem o mundo de maneira antagônica, estão na sua origem intimamente ligadas; de costas uma para outra, mas nos dando em seu conjunto uma visão complementar e ampla da vida".

Quando se considera o caso específico das pesquisas que se voltam para a dimensão simbólico-mítica do jornalismo, o paradigma sociocêntrico ajuda a responder a questão levantada por Schudson (1989, p. 153, tradução nossa)[3]: "Qual a influência de símbolos particulares sobre o que as pessoas pensam e sobre como elas agem?" Segundo o autor, a dimensão cultural e simbólica das notícias geralmente é investigada a partir de duas abordagem contrastantes. A primeira, a da "cultura como molde social", vê os objetos culturais como agentes poderosos a serviço da ideologia ou dos grupos hegemônicos em geral, utilizados para moldar a ação humana e manipular a sociedade, isto é, para moldar as expectativas e percepções de mundo das pessoas e torná-las flexíveis e domáveis. A segunda, a da "cultura como fonte", é mais otimista e entende a cultura não como um corpo de ideias impostas, mas como um conjunto de símbolos disponíveis para uso:

> [...] os indivíduos selecionam os significados que eles precisam para determinada proposta ou ocasião a partir de um menu cultural limitado, mas variado, que uma dada sociedade provê [...] a cultura é uma fonte para

[3] No original: "What influence do particular symbols have on what people think and how they act?"

> a ação social mais que uma estrutura para limitá-la. (SCHUDSON, 1989, p. 155, tradução nossa)[4].

Para Schudson (1989), a resposta sobre a influência dos símbolos não está em nenhuma dessas abordagens, mas numa terceira, intermediária, que integra estas duas visões de cultura e leva em conta tanto a autonomia dos indivíduos para se apropriar de forma consciente dos símbolos culturais, quanto suas suscetibilidades à força coercitiva das simbologias e, logo, da mídia – suscetibilidades estas que variam em função dos fatores circunstanciais aos quais são expostos.

Afinal, como adverte Genro Filho (1987, p. 119), a produção cultural massificada:

> [...] não é apenas o "lugar de negação da cultura dos setores subalternos", mas também o de afirmação dessa cultura. Não é apenas "um lugar em que os setores dominantes são obrigados a aceitar a existência de outras culturas", mas também o lugar do nascimento de "outras culturas".

Ideia semelhante encontra-se em Martín-Barbero (2008, p. 239), que também enfatiza as possibilidades de autoafirmação dos receptores, sublinhando que problematizar a centralidade da mensagem no processo de comunicação

> [...] implica assumir como constitutiva a assimetria de demandas e competências encontradas e negociadas a partir do texto. Um texto que já não será máquina unificadora da heterogeneidade, um texto já não-cheio, e sim espaço globular perpassado por diversas trajetórias de sentido.

Parte-se, assim, do princípio de que os receptores, longe de aceitarem passivamente as visões hegemônicas de realidade difundidas pela mídia, criam formas de resistência às investidas de manipulação e controle por parte dos grupos dominantes, filtrando e refratando as mensagens de acordo com suas próprias concepções de mundo e com os contextos sócio-histórico-culturais nos quais estão imersos.

Como o esforço aqui é por delimitar um ponto de vista epistemológico que possibilite investigar as manifestações do simbólico-mítico nas notícias para além da polarização objetividade-subjetividade própria da perspectiva consensualista, o entrecruzamento das proposições de Motta (2005) sobre o paradigma sociocêntrico, de Schudson (1989) sobre a influência social dos símbolos e de Martín-Barbero (2008) sobre um novo lugar para se pensar o processo comunicativo constitui uma via alternativa e muito profícua de estudo, sobretudo porque encontra um equilíbrio entre o poderio da mídia e a capacidade de resistência do público. Desvia-se, desse modo, da tendência a se circunscrever o jornalismo,

[4] No original: "[...] individuals select the meanings they need for particular purposes and occasions from the limited but nonetheless varied cultural menu a given society provides. In this view, culture is resource for social action more than a structure to limit social action".

os mitos e a própria cultura ao domínio do ideológico, bem como do vício de se interpretar os receptores ou como indivíduos inteiramente autônomos, imunes às pressões das visões de mundo hegemônicas, ou como indivíduos completamente vulneráveis e alienados, tábulas rasas a serem escritas pelas mensagens midiáticas ligadas às esferas do poder. Isso se faz particularmente importante porque, conforme atenta Benetti (2004), os vínculos entre notícia e ideologia têm sido continuamente explorados nos estudos sobre o jornalismo; no entanto, as respostas obtidas, ainda que indispensáveis, mostram-se insuficientes para explicar o fenômeno jornalístico. Motta (2002), da mesma forma, insiste que a geração de sentidos no âmbito do jornalismo não se esgota na questão de ideologia e da influência dos meios, embora frise que esta abordagem é pertinente:

> Não se trata apenas de demonstrar a impossibilidade da existência de um texto imparcial ou neutro de qualquer notícia, de denunciar o caráter conservador na seleção dos fatos, nem de denunciar a presença da ideologia escondida por trás dos sentidos explícitos. Esses problemas são relevantes em certas circunstâncias e foram reiterados por muitos estudos sérios. Mas a amplitude das notícias como sistema de construção de sentidos na contemporaneidade vai muito além da simples denúncia ideológica, muito além da necessidade de desmascarar os argumentos da objetividade. (MOTTA, 2002, p. 3).

3 Jornalismo, cultura e historicidade

Deslocar o foco das pesquisas sobre a dimensão simbólico-mítica do jornalismo do conceito de ideologia não implica, contudo, esquecer a historicidade que envolve tanto os mitos quanto as notícias, mas reconhecer a pluralidade e o dinamismo intrínsecos à história, ou melhor dizendo, às histórias, dado que "[...] não existe História com maiúscula, hipostática e puramente objetiva". (DURAND, 1998, p. 196), mas várias histórias, perpassadas por rupturas, dissensos, versões, enfim, por uma multiplicidade de interpretações da realidade. Transposta para o universo específico da mediação de significados pela comunicação, essa concepção mais flexível de história encontra-se subtendida em Morin (2003, p. 10), para quem:

> Na vida, no cotidiano, a mídia desempenha um papel, porém não se trata do papel central nem mesmo de um só papel. A sua influência depende de contexto, de filtros, de situações históricas, de percursos individuais e de uma série de outros fatores.

Baseando-se nesse raciocínio, o autor chama atenção para a fragilidade das teorias da alienação – fundamentadas em uma temporalidade histórica clássica, linear e progressista, – sobretudo por subestimarem os receptores:

> A comunicação ocorre em situações concretas, acionando ruídos, culturas, bagagens diferentes e cruzando indivíduos diferentes. Ela é sempre multidimensional, complexa, feita de emissores e de receptores [...]. Existe sempre um receptor dotado de inteligência na outra ponta da relação comunicacional. A mídia permanece um meio. (MORIN, 2003, p. 12).

Para ampliar o escopo dos estudos sobre a dimensão simbólico-mítica do jornalismo, faz-se necessário, portanto, um arcabouço teórico-metodológico que integre historicidade e universalidade e permita, pois, investigar os símbolos e mitos manifestos nas notícias não como vestígios de uma tendência cíclica e continuísta, voltada para a criação de consensos, mas de um movimento espiralado, que a cada giro deixa-se atualizar pelos diferentes contextos sócio-histórico-culturais, produzindo novos sentidos. Pois, como observa Sodré (2009, p. 26), "Nenhum patrimônio cultural socialmente operativo se transmite como um pacote inerte, um estoque de ativos dados para sempre, e sim como algo que é preciso reinserir na História presente, atribuindo-lhe novos contornos, revivificando-os." Esse caráter dinâmico da transmissão da cultura também é enfatizado por Morin (1973), que explica a dialógica entre unidade e diversidade cultural por meio de uma analogia com a transmissão genética pela genotipia e fenotipia:

> A partir do momento em que a cultura se constitui, esta forma um sistema generativo que mantém e perpetua de modo invariante a complexidade fenomenal da sociedade. Mas o código cultural, tal como o código genético, e ainda muito mais, é sujeito a modificações diversificadores, as quais vêm das variações ecossitêmicas, das mudanças de "nicho", das inovações morfogenéticas que surgem no seio da práxis fenomenal, e, com o desenvolvimento das sociedades, as fontes de inovação e de perturbação multiplicam-se. Assim, o código cultural surge, ao mesmo tempo, como um princípio conservador da invariância, integrador da diferença e, depois, por isso mesmo, perpetuador da originalidade. (MORIN, 1973, p. 208).

Mas é Sahlins (1990, 2008), com sua proposta estrutural-histórica para a abordagem da produção de significados simbólicos, quem melhor explora a historicidade inerente à vivência da cultura. Segundo o autor, os sistemas que fundam as culturas não são estáticos, pois se transformam pela mediação da história a partir do que define como estrutura da conjuntura – "[...] a realização prática das categorias culturais em um contexto histórico específico". (SAHLINS, 1990, p. 15), por meio da qual a cultura se reordena à medida em que ordena os eventos, ou seja, "[...] um conjunto de relações históricas que, enquanto

reproduzem as categorias culturais, lhes dão novos valores retirados do contexto pragmático". (SAHLINS, 1990, p. 160). Sahlins (2008) toma a cultura, assim, como uma instância dinâmica e instável, que se reorganiza ao ser confrontada com as especificidades das circunstâncias, levando a que seus elementos básicos combinem-se e recombinem-se em novas sínteses:

> [...] a cultura pode até estabelecer condições para o processo histórico, mas é dissolvida e reformulada na prática material, de modo que a história se torna a realização, na forma de sociedade, dos recursos efetivos que as pessoas colocam em jogo. (SAHLINS, 2008, p. 27).

Seria impossível, pois, haver continuidade sem alteração ou alteração sem continuidade, visto que a história se desdobraria "[...] num movimento contínuo e recíproco entre a prática da estrutura e a estrutura da prática" (SAHLINS, 2008, p. 134), movimento esse que começaria como conservação e terminaria como transformação. Tem-se, com efeito, que "[...] toda mudança prática também é uma reprodução cultural", da mesma forma que "[...] toda reprodução da cultura é uma alteração, tanto que, na ação, as categorias através das quais o mundo atual é orquestrado assimilam algum novo conteúdo empírico". (SAHLINS, 1990, p. 180-181).

A proposta de Sahlins (1990, 2008) mostra-se pertinente ao estudo das manifestações do simbólico-mítico no jornalismo porque expõe as limitações da perspectiva consensualista, explicitando que a reprodução de uma estrutura cultural – entendida aqui como os arquétipos, símbolos e mitos que alicerçam uma cultura – não conduz automaticamente à manutenção do *status quo*, pois implica a variação dessa estrutura em face das particularidades das condições históricas, de modo que a perpetuação de um substrato arquetípico só se torna possível mediante sua atualização pela experiência prática, assim como o ordenamento dessa experiência prática passa, inevitavelmente, por um substrato que lhe é anterior e lhe serve de referência, mas que é incapaz de, sozinho, determinar concepções de mundo, prescrever atitudes ou manipular mentes.

> A história é ordenada culturalmente de diferentes modos nas diversas sociedades, de acordo com os esquemas de significação das coisas. O contrário também é verdadeiro: esquemas culturais são ordenados historicamente porque, em maior ou menor grau, os significados são reavaliados quando realizados na prática. A síntese desses contrários desdobra-se nas ações criativas dos sujeitos históricos, ou seja, das pessoas envolvidas. Porque, por um lado, as pessoas organizam seus projetos e dão sentido aos objetos partindo das compreensões preexistentes da ordem cultural. Nesses termos, a cultura é historicamente reproduzida na ação [...] Por outro lado, entretanto, como as circunstâncias contingentes da ação não se conformam necessariamente aos significados

> que lhes são atribuídos por grupos específicos, sabe-se que os homens criativamente repensam seus esquemas convencionais. É nesses termos que a cultura é alterada historicamente na ação (SAHLINS, 1990, p. 7).

4 A via do imaginário

O caminho que se sugere aqui para abarcar o dinamismo da estrutura – e, logo, a historicidade compreendida na dimensão simbólico-mítica do fenômeno jornalístico – conforme proposto por Sahlins (1990, 2008) é o do diálogo com as teorias do imaginário. Esse aporte teórico-metodológico permite voltar-se para as notícias não apenas com o olhar, por vezes reducionista, do racionalismo, do ideologismo e do arcaismo, mas com uma visão mais abrangente, que reconhece o potencial crítico e transformador do mito. Pois, conforme lembra Eliade (1991), a implicação simbólica não conduz ao estreitamento semântico nem anula o condicionamento histórico do homem, apenas revela certos aspectos da realidade inacessíveis pela via da razão: "O simbolismo acrescenta um novo valor a um objeto ou a uma ação, sem por isso prejudicar seus valores próprios e imediatos. Aplicado a um objeto ou a uma ação, o simbolismo os torna 'abertos'". (ELIADE, 1991, p. 178). Tendo isso em vista, as teorias do imaginário despontam como uma alternativa teórico-metodológica pertinente por dar conta da relação entre o que permanece e o que se altera nos mitos, entre o que lhes é universal e o que lhes é particular, entre o eterno e o efêmero, situando as manifestações míticas no jornalismo como um fenômeno que comporta tanto uma dimensão cíclica, imutável e perene, quanto uma dimensão histórica, temporal e renovável.

Ao destacar as limitações das abordagens prioritariamente ideológicas do fenômeno jornalístico, Benetti (2004) apresenta como saída o arcabouço teórico dos estudos do imaginário. De acordo com a autora, "O interesse pelo jornalismo ultrapassa o caráter redutor, esquemático, operatório e dominador da ideologia", definida como "[...] um conceito para circunscrever". (BENETTI, 2004, p. 7); por isso, as pesquisas na área deveriam se abrir para a noção de imaginário – "[...] um conceito para libertar". (BENETTI, 2004, p. 9). Seu principal objetivo, ao propor esse deslocamento conceitual, é chamar atenção para o valor das imagens primordiais na constituição do lugar universal do jornalismo, bem como para a necessidade de se reorientar, a partir disso, o debate acadêmico sobre o fenômeno jornalístico:

> [...] pensando pelo viés da ideologia, temos visto o jornalismo como o lugar de expressão da singularidade. Talvez, com uma análise que não desdenhe do imaginário [...] possamos ver que o universal é mais importante do que

temos considerado. (BENETTI, 2004, p. 10).

Benetti (2004) enfoca no universalismo, nos padrões arquetípicos que se repetem de singular em singular, mas em momento algum sugere que esse componente universal do jornalismo ofusca, distorce ou anula a singularidade – em outros termos, a historicidade – dos eventos tratados. "É evidente que 'a cada movimento, na repetição, corresponde sempre uma outra coisa num outro lugar' [...]. Não é o singular que se repete, e sim o universal. Cada acidente aéreo é singular, assim como cada cobertura jornalística". (BENETTI, 2009, p. 6). Do mesmo modo, a autora entende que o mito responde à necessidade de simplificar os fatos a serem noticiados, dado que "O jornalismo, por sua natureza de busca de objetividade, [...] geralmente ancora-se na imagem primordial que aparece de modo mais óbvio." (BENETTI, 2009, p. 10). Entretanto, não deixa de observar que, por mais que o discurso jornalístico procure reduzir a complexidade das informações, o fechamento de sentidos constitui um alvo inalcançável devido ao caráter polissêmico do imaginário. Afirma, assim, que o discurso jornalístico "[...] deve ser problematizado como um discurso durável composto de inúmeros interdiscursos baseados em imagens arquetípicas. É esse eixo longo que faz do jornalismo um discurso único, insubstituível, repleto de sentidos que vão além dos meros eventos". (BENETTI, 2009, p. 12).

É importante frisar que o conceito de ideologia e o conceito de imaginário assentam-se sobre epistemologias distintas, mas não constituem noções opostas, visto que a ideologia contém, inevitavelmente, uma parte de imaginário, muito embora o imaginário, mais amplo, não se restrinja à ideologia. Desse modo, o objetivo aqui não é contestar a influência da ideologia nos conteúdos jornalísticos, mas inverter a lógica predominante nos estudos sobre a dimensão simbólico-mítica do jornalismo: em vez de tomar os mitos manifestos nas notícias como indício de uma instrumentalização ideológica ou de um vínculo estritamente conservador, encarar a ideologia como um atestado da transversalidade e da versatilidade de uma força, a imaginação, que a perpassa – e, sob certos aspectos, a define – mas, ao mesmo tempo, a supera. Considera-se, assim, conforme aponta Silva (2006, p. 51), que o imaginário é irredutível:

> [...] não se reduz ao utilitário, ao explicável, ao ideológico, à crença, à razão, ao científico, ao cognitivo, à cultura. Atravessa todas essas categorias [...] é sempre desvio, divergência, apropriação, reinterpretação, releitura, desconstrução, reconstrução e nova afirmação.

Em função disso, as teorias do imaginário não tomam a simbologia mítica pelo viés dicotômico da objetividade/subjetividade, pois procuram compreender o mundo como uma "mistura de rigor e poesia, de razão e paixão, de lógica e mitologia", enfim, "[...] como uma

mistura inextrincável de inteligível e sensível, de sapiens e de demens." (MAFFESOLI, 2010, p. 92). Essa amálgama entre o homo sapiens – a rigor, o *homo* sapiens-faber – e o homo demens é trabalhada de forma mais aprofundada por Morin (1973), que realça a ligação consubstancial entre o pensamento objetivo/técnico/lógico/ empírico, atribuído ao primeiro, e o pensamento subjetivo/fantástico/mítico/mágico, atribuído ao segundo. Para o autor, "[...] o verdadeiro homem está na dialética entre o sapiens e o demens". (MAFFESOLI, 2010, p. 206), dialética essa que passa pelo imaginário.

5 Considerações finais

O aporte das teorias do imaginário constitui uma alternativa aos enfoques prioritariamente críticos da dimensão simbólico-mítica do jornalismo, que tendem a considerar apenas a influência de forças políticas e econômicas, de fatores mercadológicos, de constrangimentos organizacionais e da própria rotina profissional no âmbito da produção e mediação de sentidos, tendência essa que se traduz em abordagens instrumentais e ideológicas dos mitos.

A principal implicação da incorporação de tais teorias no estudo das manifestações míticas nas notícias consiste em que se considere, numa mesma análise, a universalidade (estrutura) e a particularidade (história) inerentes aos mitos, bem como a sensibilidade que trazem à tona. Trata-se, tal como propõe Sodré (2006), de reconhecer o lugar da emoção, do afeto, do sentimento, das sensações, da estética – e, inclui-se aqui, do mítico – na produção dos significados que atravessam o bios midiático, sempre tendo em mente a possibilidade de uma ação política libertadora a partir de estratégias sensíveis, isto é, "[...] a possibilidade de existência de uma potência emancipatória na dimensão do sensível, do afetivo ou da desmedida, para além, portanto, dos cânones limitativos da razão instrumental". (SODRÉ, 2006, p. 17).

Essa visão mais abrangente e complexa do fenômeno jornalístico, que se abre a partir do diálogo com as teorias do imaginário, toma as instâncias objetiva e subjetiva das notícias não como qualidades antitéticas, mas como facetas complementares de um mesmo objeto. Não enrijece o jornalismo, pois, nos princípios positivistas da objetividade, neutralidade e precisão, tampouco o confina no subjetivismo extremo, relativizando-o a ponto de questionar sua propriedade para reportar os fatos por meio de relatos confiáveis. Possibilita-se, assim, analisar a dimensão simbólico-mítica das notícias não só como uma forma de difusão e reprodução de visões de mundo dominantes, em oposição à ideia de

transmissão objetiva das informações, mas também como um lugar de ativação da sensibilidade e igualmente da ação, isto é, da produção e circulação de conteúdos jornalísticos qualificados, da criação de sentidos e da transformação do mundo.

Referências

BENETTI, Marcia. Jornalismo e a lógica transversal do imaginário. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO, 2., 2004, Salvador. **Anais...** Brasília: SBPJor, 2004.

BENETTI, Marcia. Jornalismo e imaginário: o lugar do universal. In: KUNSCH, Dimas (Org.). **Esfera pública, redes e jornalismo**. São Paulo: E-papers, 2009. p. 286-298.

DURAND, Gilbert. **Campos do imaginário**. Lisboa: Instituto Piaget, 1998.

ELIADE, Mircela. **Imagens e símbolos:** ensaios sobre o simbolismo mágico-religioso. São Paulo: Martins Fontes, 1991.

GENRO FILHO, Adelmo. **O segredo da pirâmide**: para uma teoria marxista do jornalismo. Porto Alegre: Tchê, 1987.

MAFFESOLI, Michel. **O conhecimento comum**: introdução à sociologia compreensiva. Porto Alegre, Sulina, 2010.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. América Latina e os anos recentes: o estudo da recepção em comunicação social. In: SOUSA, Mauro Wilton (Org.). **Sujeito**: o lado oculto do receptor. São Paulo: Brasiliense, 1995. p. 39-68.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações:** comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: UFRJ, 2008.

MORIN, Edgar. A comunicação pelo meio (teoria complexa da comunicação). **Revista Famecos**, Porto Alegre, n. 20, p. 7-12, abr. 2003.

MORIN, Edgar. **O Enigma do homem**. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1973.

MOTTA, Luiz Gonzaga. Para uma antropologia da notícia. **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, São Paulo, v. 25, n. 2, p. 11-41, jul./dez., 2002.

MOTTA, Luiz Gonzaga. Pesquisa em jornalismo no Brasil: o confronto entre os paradigmas midiacêntrico e sociocêntrico. **Eptic - Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación**, São Cristóvão, v. 7, n. 1, abr. 2005.

RESENDE, Fernando. O olhar às avessas – a lógica do texto jornalístico. In: ENCONTRO ANUAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO, 13., 2004, São Bernardo do Campo. **Anais...** Belo Horizonte: Compós, 2004.

SAHLINS, Marshall. **Ilhas de história**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1990.

SAHLINS, Marshall. **Metáforas históricas e realidades míticas**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008.

SCHUDSON, Michael. How culture works: perspectives from media studies on the efficacy of symbols. **Theory and Society**, Dordrecht, v. 18, n. 2, p. 153-180, mar. 1989.

SILVA, Gislene. **O sonho da casa no campo:** jornalismo e imaginário de leitores urbanos, Florianópolis: Insular, 2009.

SILVA, Gislene; DOURADO MAIA, Flávia. Sobre a perspectiva dominante nos estudos da dimensão simbólico-mítica das notícias. **Revista Galáxia,** São Paulo, n. 21, p. 113-129, jun. 2011.

SILVA, Juremir Machado. **As tecnologias do imaginário**. Porto Alegre: Sulina, 2006.

SODRÉ, Muniz. **As estratégias sensíveis**: afeto, mídia e política. Petrópolis: Vozes, 2006.

SODRÉ, Muniz. Um imaginário ativo na cultura nacional. **Revista Famecos**, Porto Alegre, n. 40, p. 23-27, dez. 2009.

The symbolic-mythical dimension of journalism beyond the objectivity/ subjectivity dicotomy

Abstract

The article discusses the urgency of new epistemological viewpoints to study the symbolic-mythical dimension of journalism that make it possible to go beyond the objectivity-subjectivity dichotomy. It presents the hegemonic and counter-hegemonic paradigms in the field, pointing out limitations and strengths. It also proposes a dialogue with the theories of the imaginary as an alternative to investigate the mythical manifestations in the news.

Palavras-chave

Journalism. Objectivity. Imaginary.

La dimensión simbólica-mítica del periodismo más allá de la dicotomía objetividad/subjetividad

Resumen

El artículo discute la urgencia de nuevos puntos de vista epistemológicos para el estudio de la dimensión simbólico-mítica del periodismo que hacen posible ir más allá de la dicotomía objetividad-subjetividad. Presenta los paradigmas hegemónicos y contra hegemónicos en el campo, señalando las limitaciones y el potencial. También propone un diálogo con las teorías de lo imaginario como una alternativa para investigar las manifestaciones míticas en las noticias.

Palabras clave

Periodismo. Objetividad. Imaginario.

Recebido em 11/04/2013
Aceito em 08/05/2014

Copyright (c) 2014 Autor (es) / Copyright (c) 2014 The author(s)
The copyright of works published in this journal belong to the authors, and the right of first publication is conceded to the journal. Due to the journal being of open access, the articles are of free use in research, educational and non-commercial activities.

