

Sobre a perspectiva dominante nos estudos da dimensão simbólico-mítica das notícias

Gislene Silva
Flávia Dourado Maia

Resumo: Neste artigo, partimos da hipótese de que há uma perspectiva dominante de investigação nos estudos sobre a dimensão simbólico-mítica do jornalismo, assentada no entendimento das imagens míticas como agentes de manutenção do *statu quo*. Tal perspectiva teórica hegemônica – nomeada aqui como *consensualista*, nos termos de Jock Young – trata o jornalismo como uma força conservadora e inercial, associando as simbologias-míticas presentes no noticiário a um dispositivo de criação de consensos, de fechamento de sentidos e de afirmação das visões de mundo vigentes, sem considerar o potencial da simbologia mítica para atuar em processos de transformações sócio-histórico-culturais. Este estudo pretende rastrear variações dessa perspectiva tanto nas abordagens de enfoque cultural-antropológico como nas de ênfase crítico-ideológica, demonstrando sua predominância e, indiretamente, fazendo uma crítica epistemológica e apontando a necessidade de uma nova perspectiva.

Palavras-Chave: jornalismo; notícia; simbólico; mítico.

Abstract: Regarding the dominant perspective in the studies of news' symbolic-mythical dimension.

Our hypothesis is that there is a dominant investigation perspective in studies regarding journalism's symbolic-mythical dimension, rested upon the understanding of mythical images as agents for *status quo* maintenance. Such theoretical hegemonic perspective – referred here as *consensualist*, as proposed by Jock Young – considers journalism as a conservative and inertial force. Therefore, this view associates the mythical-symbolologies present in news to a consensus creation device, meanings circumscription and current worldviews reinforcement, without considering the mythical-symbolology potential to act in social-historical-cultural transformation processes. This study intends to track variations of this perspective in both cultural-anthropological and critical-ideological approaches – demonstrating its predominance – and, indirectly, performing an epistemological critic as well as indicating the necessity of a new theoretical standpoint.

Keywords: journalism; news; symbolic; mythical.

Embora venham se desenvolvendo de modo esparso¹ e não constituam uma tradição de pesquisa propriamente dita, os diversos estudos sobre a dimensão simbólico-mítica do jornalismo parecem convergir para entendimento das imagens míticas como agentes de manutenção do *statu quo*. Tal tendência, expressa, sobretudo, na opção teórico-metodológica dos conceitos de enquadramento, consonância e ressonância, sinaliza uma perspectiva de investigação hegemônica, que trata o jornalismo como uma força conservadora e inercial, associando as simbologias-míticas presentes no noticiário a um dispositivo de criação de consensos, de fechamento de sentidos e de afirmação das visões de mundo vigentes, sem considerar o potencial da simbologia mítica para atuar em processos de transformações sócio-histórico-culturais. Este estudo pretende rastrear variações dessa perspectiva tanto nas abordagens de enfoque cultural-antropológico como nas de ênfase crítico-ideológica, demonstrando sua predominância. Vamos nomeá-la de *consensualista*, nos termos de Jock Young, quando se refere ao modelo de sociedade corroborado pelos meios de comunicação de massa e utilizado como referência para enquadrar os fatos – o modelo de uma sociedade sustentada na naturalidade do *statu quo*, ou seja, no comum acordo sobre o que é condenável e o que é valoroso, o que é ordem e o que é desvio.

A perspectiva *consensualista* revela-se de forma mais ou menos evidente nas pesquisas sobre as relações entre notícia e simbologia mítica, com variações que transitam do conjunto de abordagens com enfoque cultural-antropológico ao de ênfase crítico-ideológica. O primeiro, mais otimista, traduz-se na *visão ritual da comunicação*, proposta por Carey, segundo a qual o jornalismo deve ser apreendido não como mero instrumento para transmitir informações de um ponto a outro, mas como um ritual de comunhão de experiências, significados e emoções, que une os indivíduos em torno de crenças compartilhadas e contribui para a construção e manutenção de um edifício cultural comum:

A visão ritual da comunicação, apesar de ser uma vertente secundária em nosso pensamento nacional, é (...) velha o bastante para que os dicionários se refiram a ela como 'Arcaica'!. Em uma definição ritual, a comunicação está ligada a termos como "partilha", "participação", "associação", "integração", e "possessão de uma fé comum". Essa definição explora a antiga identidade e as raízes *comuns* aos termos "comunidade", "comunhão" e "comunicação". Uma visão ritual da comunicação é direcionada não para o alcance das mensagens no espaço, mas para a manutenção da sociedade no tempo; não para o ato de transmitir informações, mas para a representação de crenças compartilhadas (CAREY, 1989, p. 18) (em tradução livre)².

Por sua vez, o conjunto de abordagens crítico-ideológicas, de teor mais negativo, encontra sua melhor descrição no trabalho de Barthes sobre o *efeito ideológico dos mitos*. Partindo da combinação dos paradigmas estruturalista e marxista, desde os anos 1950, o

1 Segundo Lule (2001), durante os as décadas de 1970 e 1980, os estudos culturais americanos e britânicos dedicaram grande atenção às relações entre jornalismo e mito, mas após esse período o interesse dos pesquisadores pelo assunto diminuiu consideravelmente e a bibliografia se tornou obsoleta e escassa.

2 Todas as referências em inglês utilizadas neste artigo têm suas citações em português feitas em tradução livre.

autor define o mito como um sistema de comunicação típico da ideologia burguesa – uma fala histórica, mas despolitizada, que apresenta a realidade como algo dado, inevitável e imutável a fim de alienar os indivíduos e imobilizar o mundo. A mitologia seria, então, um artifício da burguesia para manter o controle sobre a sociedade e conservar “a hierarquia das posses”. Neste cenário, o jornalismo, lugar privilegiado de expressão da simbologia-mítica, atuaria como um aparato classista para naturalizar a história, tratando como fato o que é valor e transformando “contingência em eternidade”:

(...) passando da história à natureza, o mito faz uma economia: abole a complexidade dos atos humanos, confere-lhes a simplicidade das essências, suprime toda e qualquer dialética, qualquer elevação para lá do visível imediato, organiza um mundo sem contradições, porque sem profundidade, um mundo plano que se ostenta em sua evidência, cria uma clareza feliz: as coisas parecem significar sozinhas, por elas próprias (BARTHES, 1975, p. 163-164).

Os estudos sobre a dimensão simbólico-mítica do jornalismo transitam entre esses dois conjuntos expressivos de abordagens, que, a nosso ver, têm mais semelhanças do que pode parecer à primeira vista. Ambos tomam a mesma perspectiva *consensualista*: os estudos que se aproximam mais da visão ritual de Carey trazem a perspectiva *consensualista* subentendida e priorizam os aspectos culturais, particularmente a sobrevivência do passando arcaico no presente moderno; os mais inclinados à noção de efeito ideológico de Barthes apresentam a perspectiva *consensualista* como eixo central de análise e privilegiam os aspectos políticos e mercadológicos, ligados, sobretudo, à esfera da manipulação.

Muitas investigações, no entanto, não se situam nem nenhum dos polos, de modo maniqueísta ou dicotômico, mas no trânsito entre eles, num *continuum* entre essas duas extremidades. Por isso, para rastreamos os indícios de nossa hipótese a respeito do *consensualismo*, vamos começar pelos estudos que tendem mais à abordagem cultural-antropológica e dão ênfase à concepção de jornalismo como narrativa mítica e, depois, deslizaremos até os trabalhos que enfocam especificamente as implicações instrumentais e/ou ideológicas da notícia como mito.

Da abordagem cultural-antropológica à crítico-ideológica

O entendimento de notícia como narrativa mítica deriva de três correntes principais: (1) a narrativa consistiria em uma forma universal, presente em todos os tempos, sociedades e lugares, como sugere Barthes – uma espécie de metacódigo para moldar a realidade em estruturas de significado trans-históricas e transculturais, facilmente reconhecíveis e assimiláveis pelos indivíduos, nos termos de White; (2) o jornalismo seria tributário de padrões muito antigos de contar histórias, legados das culturas arcaicas e partilhados por toda a humanidade; e (3) os textos jornalísticos constituiriam produtos simbólicos que

explicam a nossa relação com o mundo, sedimentam modelos socioculturais e delimitam as fronteiras entre o certo e o errado. Schudson sintetiza tais correntes ao propor que as notícias sejam entendidas como histórias construídas com base em convenções narrativas e engendradas dentro de um sistema simbólico, isto é, “como parte de um processo de produção de significados coletivos mais que como um processo de transmissão de informações” (p. 127). Para o autor, o foco das investigações deveria recair não sobre o que os jornalistas criam de novo, mas sobre a bagagem cultural que herdamos e que “ajuda a explicar imagens generalizadas e estereotipadas na mídia noticiosa (...) que transcendem estruturas de propriedade ou mesmo padrões de relações de trabalho” (p. 123).

Do entrecruzamento dessas três correntes desenvolve-se a percepção das notícias tanto como herdeiras legítimas das narrativas míticas que vêm acompanhando o homem ao longo de sua trajetória, tal como defende Lule, quanto dos próprios jornalistas como contadores de histórias, movidos pelo impulso de organizar as informações a partir de temáticas, valores e categorias familiares, como prefere Darnton. Segundo essa percepção, os relatos noticiosos resultam de um esforço para “encaixar novas situações em velhas definições” (BIRD e DARDENNE, 1993, p. 275), ou seja, para “impor uma velha forma a um novo assunto” (DARTON, 1975, p. 189). As notícias seriam conformadas, assim, segundo o princípio da consonância – codificação de acontecimentos diferentes a partir de estruturas previsíveis e pré-estabelecidas – e, por isso, contariam não apenas “o que aconteceu hoje, mas o que tem acontecido sempre” (LULE, 2001, p. 20). Como destacam Bird e Dardenne, os detalhes dos conteúdos jornalísticos, como fatos, nomes, datas e lugares, modificar-se-iam constantemente, mas a moldura geral na qual se enquadram – o sistema simbólico – permaneceria essencialmente a mesma.

Smith adere a essa vertente teórica ao sugerir que o noticiário televisivo constitui uma versão modernizada das formas míticas tradicionais, uma vez que seria estruturado com base em um repertório limitado e persistente de narrativas³ e atuaria na difusão e confirmação dos mitos da contemporaneidade. Silverstone também se volta para a relação entre narrativa mítica e televisão ao afirmar que os vários formatos televisivos, incluindo os jornalísticos, são atravessados por histórias simples, fáceis de ser compreendidas e muito similares em forma e conteúdo tanto em relação umas às outras quanto em relação a histórias de outros tempos e culturas: os mitos e os folclores. De acordo com o autor, a presença desse elemento arcaico confere à televisão o poder de definir e reforçar concepções fundamentais para a sociedade, como as de moral e de estética, e de atuar de maneira determinante na conformação e manutenção de um senso comum de realidade.

As ideias de ambos confluem para o que Thorburn chama de “narrativas de consenso”: histórias comunais mediadas pela televisão, bastante conservadoras em forma e conteúdo,

3 Smith (1979) identifica nove narrativas mais recorrentes no material empírico investigado: (1) os homens como tomadores de decisão; (2) o sofrimento; (3) a captura do vilão; (4) o trapaceiro (pessoa de caráter ambíguo, que ludibria os outros); (5) o homem sábio; (6) o resgate/a fuga; (7) a natureza; (8) a mulher maternal; e (9) a mulher liberal.

que propagariam as mitologias da tradição cultural do presente em linguagem acessível a todos, independentemente da classe, idade ou gênero. Além da universalidade, tais histórias apresentariam como características marcantes a capacidade de articular os saberes e as visões de mundo da comunidade, bem como a repetição de enredos, personagens-tipo e padrões simbólicos, entre outros.

Em sua dimensão narrativa e mítica, o jornalismo exerceria, então, uma função explicativa e pedagógica, conforme aponta Barkin. Segundo o autor, ao recorrer a categorias universais, como as de herói e vilão, bem e mal, crime e punição, as notícias situam fenômenos complexos dentro de cenários simbólicos e obtêm, com isso, um efeito duplo: por um lado, interpretam os fatos em termos universais e compreensíveis, facilitando a comunicação; por outro, provêm lições de moral e guias de comportamento ligadas a valores e crenças dominantes na sociedade, contribuindo para a sustentação do *statu quo* e coibição de desvios em relação à normalidade consensual. Barkin conclui que, “por sua natureza, as histórias jornalísticas reforçam uma visão particular da realidade” e que “atuando como contadores de histórias, os jornalistas desempenham um importante papel na afirmação e manutenção da ordem social” (BARKIN, 1984, p. 31).

Em conexões mais amplas, a concepção de jornalismo como narrativa mítica sugere que as notícias são configuradas a partir de um padrão estrutural e de um acervo de temas e valores profundamente enraizados na cultura e incorporados como estratégia retórica e mercadológica pelos jornalistas, com o objetivo de demarcar sua competência profissional, simplificar o conteúdo informativo, dar um significado universal aos acontecimentos narrados e, assim, produzir histórias fáceis e populares, capazes de atrair o público. Por isso, os relatos jornalísticos proporcionariam às pessoas mais do que fatos e informações objetivas – apresentariam “um esquema para perspectivarem o mundo e viverem a sua vida”, ofereceriam “tranquilidade e familiaridade em experiências comunitárias partilhadas” e forneceriam “respostas credíveis a perguntas desconcertantes e explicações prontas dos fenômenos complexos” (BIRD; DARDENNE, p. 266-267).

Partindo destes pressupostos, Lule reúne alguns dos pilares que alicerçam o estudo da dimensão simbólico-mítica do jornalismo no livro *Daily news, eternal stories: the mythological role of journalism*, no qual descreve e analisa sete grandes arquétipos⁴ presentes no jornal americano *The New York Times* e faz uma série de analogias entre notícia e mito. De acordo com o autor, os relatos noticiosos consistem em histórias primordiais, que editores, repórteres, fontes e os próprios leitores extraem do estoque universal de formas arquetípicas. “Quando essas histórias se tornam públicas, quando essas histórias são contadas para as pessoas, quando essas histórias são narradas em um nível social para oferecer modelos exemplares e representar valores e crenças, a notícia se torna mito” (p. 34, grifo do autor).

4 Os sete arquétipos explorados pelo autor são: (1) a vítima; (2) o bode-expiatório; (3) o herói; (4) o trapaceiro (pessoa de caráter ambíguo, que ludibria os outros); (5) a grande-mãe; (6) o dilúvio; (7) o outro mundo.

Dentre as similitudes entre notícia e mito por ele assinaladas, pode-se destacar que ambos (a) contam histórias de interesse público voltadas para a coletividade social; (b) repetem ritualmente as mesmas temáticas; (c) são mais importantes como significado moral que como informação; (d) orientam a sociedade acerca de questões profundas, como a morte, o bem e o mal; (e) são conservadoras, uma vez que corroboram a ordem vigente e procuram preservar o mundo tal como ele é. O objetivo do autor, ao traçar esse paralelo, é demonstrar que, ao contar e recontar as narrativas arquetípicas da humanidade, as notícias ajudam o homem a dar sentido a seu tempo e a seu mundo e delinham os contornos normativos indispensáveis para a organização social. Além disso, o autor ressalta que, por sua dimensão mítico-arquetípica, o jornalismo é essencialmente conservador e comporta pouco espaço para críticas e mudanças profundas:

o papel primário das notícias é representar os dramas sociais que sustentam a ordem social. (...) As histórias noticiosas podem até criticar agressivamente julgamentos abusivos, mas dificilmente vão questionar o sistema judiciário. Da mesma forma, as histórias noticiosas verão as políticas econômicas particulares de cada partido sob diferentes perspectivas, mas sempre irão aceitar, até mesmo assumir, o sistema de livre mercado (LULE, p. 36 e 37).

Ao atribuir aos arquétipos lugar central na definição da forma e do conteúdo das notícias, Lule tende para a noção de enquadramento⁵. Tal tendência pode ser observada também entre alguns dos autores já mencionados, como Smith, Silverstone, Thorburn e Barkin, mas de maneira assistemática, tácita nas ideias de “categoria familiar”, “tema recorrente”, “modelo”, “convenção narrativa”, entre outras. Em Lule, porém, essa tendência está explícita no próprio conceito de arquétipo proposto pelo autor: “arquétipos são ‘enquadramentos originais’ (...), são padrões, imagens, motivos e personagens (...) que têm ajudado a estruturar e a moldar as histórias através das culturas e eras (...), com seus heróis, dilúvios, vilões, pragas, patriarcas, párias, grandes-mães e trapaceiros” (p. 15).

O conceito de enquadramento mostra-se particularmente importante porque orienta o estudo das conexões entre notícia e mito para a perspectiva *consensualista* ao propor que determinados recortes e visões de mundo são priorizados em detrimento de outros, através de um mecanismo de seleção que “realça e amplifica certos aspectos de uma realidade percebida, enfatizando mais uma parte que o todo” (BERKOWITZ; NOSSEK, 2001, p. 43). Neste caso, as matrizes míticas funcionariam como um inventário convencional de enquadramentos enraizado na tradição cultural, ao qual os jornalistas recorreriam, consciente ou inconscientemente, para escolher e emoldurar os fatos a serem noticiados. Conforme afirma Lule, “se a notícia é mito, então os valores-notícia vão refletir não apenas julgamentos

5 De acordo com Entman (1993, p. 52) “enquadrar é selecionar alguns aspectos da realidade e fazê-los mais evidentes num texto comunicativo, de forma a promover uma definição particular de um problema, interpretação causal, avaliação moral e/ou recomendação de tratamento” (em tradução livre. No original: *to frame is to select some aspects of perceived reality and make them more salient in a definition, causal interpretation, moral evaluation and/or treatment recommendation*). Para Goffman (1974), os enquadramentos dizem respeito à construção de consensos e de esquemas básicos de interpretação da realidade.

profissionais baseados em critérios de noticiabilidade e importância, mas também valores e crenças predominantes na sociedade como um todo” (2001, p. 152). Da mesma forma, Ettema ressalta que, “para oferecer um apelo mítico ou valor ritual, as notícias precisam ser enquadradas não só de forma a salientar certos fatos e interpretações, mas também a ressoar com o que escritores e leitores tomam por real e como algo importante para a vida” (ETTEMA, 2005, p. 1). Ele está sugerindo, com isso, que as estratégias de saliência e enquadramento, isto é, de seleção e ênfase em certos aspectos dos fatos, ressoam valores culturalmente embutidos na sociedade; tal ressonância seria responsável por “elevar as notícias à condição de mitos e aprofundá-las num ritual” (p. 134).

Mas, se a simbologia e a mitologia subjacentes ao jornalismo funcionam como molduras para enquadrar e interpretar a realidade, ecoando os significados relevantes para a sociedade, então que molduras/enquadramentos prevalecem nas notícias? De que parte da sociedade os significados ecoados emanam, considerando-se que o corpo social não é um todo monolítico e homogêneo, mas um conjunto fragmentado e atravessado por disputas simbólicas diversas? C. Campbell tangencia estas questões no estudo em que analisa mitos associados ao racismo no noticiário televisivo. Segundo o autor, os mitos jornalísticos mais comuns e os mais perigosos são aqueles que reproduzem as concepções de mundo da classe média branca – parcela hegemônica da sociedade – e que ignoram toda a vida externa aos parâmetros culturais dominantes dessa classe, contribuindo para a deslegitimação, desvalorização ou mesmo marginalização das minorias. Tais mitos se disseminariam pelo tecido social e se perpetuariam, sobretudo, ao serem replicados nas notícias sob a forma de explicações simplistas, marcadas por preconceitos e estereótipos e alheias ao complexo de fatores históricos, políticos e socioculturais envolvidos nos acontecimentos noticiados. Embora volte-se para a cobertura jornalística de temas ligados às diferenças entre raças, C. Campbell estende suas conclusões ao fenômeno jornalístico como um todo e aos diversos mitos que perpassam as notícias, ainda que com ressalvas:

O senso comum jornalístico que dita como os eventos devem ser cobertos é parte de um senso comum abrangente que governa as percepções da cultura dominante (geralmente da classe média branca). A notícia é amplamente coberta e consumida com base nas interpretações preferenciais daquela cultura. Mas não inteiramente. Alguns jornalistas e alguns membros da audiência resistem ao senso ‘comum’ que falha em reconhecer outras leituras dos eventos, outras interpretações (CAMPBELL, 1995, p. 134, grifo do autor).

Os mitos, por sua potência consensual, seriam evocados principalmente na cobertura de acontecimentos complexos ou ambíguos, situados no que Hall define, por sua vez, como “áreas de dissenso ou conflito”⁶. Trata-se de espaços simbólicos nos quais

6 Hall (1976) mapeia a incidência do ‘enviesamento’ involuntário das notícias em três áreas: (1) a de consenso, na qual há um acordo geral sobre como determinado evento deve ser tratado e as fontes oficiais e os valores nucleares da sociedade dão o tom da abordagem; (2) a de tolerância, na qual é preciso haver uma negociação entre visões distintas, mas não opostas, relacionadas principalmente a problemas sociais, como direitos dos presidiários, mães solteiras e pequenas falhas na burocracia; e (3) a de conflito, já mencionada.

definições concorrentes de realidade estão em jogo e o uso de estruturas de seleção e análise dos fatos se faz particularmente necessário para eleger um ponto de vista específico e neutralizar as possibilidades de leituras alternativas. Em situações dessa natureza, os eventos seriam selecionados e interpretados tendo-se como diretriz a consonância com percepções consensuais pré-existentes.

Ao discutir a penetração dos mitos na cobertura jornalística de crises, entendidas como acontecimentos que afetam profundamente a sociedade e colocam em risco seus valores e normas, Coman aproxima-se dessa noção de consonância. De fato, de acordo com este outro autor, em casos de crise, os jornalistas seriam confrontados com a necessidade de conferir significados a eventos complicados, em geral pouco inteligíveis; para isso, recorreriam às narrativas míticas, que não só ofereceriam um enquadramento eficiente para a crise em questão, mas garantiriam a conformidade dos relatos produzidos com as expectativas da sociedade. Para ele, essa mitologização compromete a referencialização das notícias, pois faz com que as histórias se concentrem mais em “personagens, esquemas e valores épicos e em símbolos ligados à herança cultural da audiência e menos em fatos, personagens, causas e mecanismos sociais da crise” (HALL, 1976, p. 54). Isso aconteceria porque o foco dos jornalistas não recai propriamente sobre a descrição factual do evento, mas sobre uma operação de retorno ao equilíbrio simbólico, comprometido pelo momento crítico, e de preservação da credibilidade desses profissionais para definir a forma como as crises devem ser interpretadas pelos indivíduos. Partindo de uma abordagem que também enfatiza as características do evento a ser noticiado, Berkowitz trata da presença dos mitos em notícias do tipo *what-a-story*, que são histórias sobre acontecimentos grandiosos, relevantes e socialmente impactantes, que irrompem inesperadamente e são de difícil cobertura por sua natureza imediatista e nova: não dispõem de detalhes contextuais, são escassamente conhecidos pela audiência e precisam ser noticiadas o quanto antes. Pensa o autor que, diante do grande esforço de produção exigido por tais fatos – principalmente a alteração da rotina de trabalho jornalístico – os jornalistas são incitados a lançar mão do mito, um recurso facilitador e prático, que permite capturar rapidamente “a essência de uma ocorrência e então empacotá-la como notícia de um modo previsível e bem sucedido”, através de uma forma narrativa definida a priori (BERKOWITZ, 2005, p. 211). Os mitos tornariam possível, assim, enfrentar o desafio de cobrir episódios repentinos, arrebatadores e frequentemente complexos “de uma maneira que requer pouca explicação para a audiência e pouca profundidade de entendimento por parte do jornalista”, isto é, reduzindo uma grande quantidade de ideias e informações ao esquema interpretativo singular, convencional e simplista das narrativas míticas, que acabariam por ser convertidas em uma ferramenta “culturalmente ressoante e ideologicamente harmoniosa” para produzir notícias (p. 218).

Essa tendência simplificadora, homogeneizadora e normalizadora dos mitos é explorada em profundidade por Barnett, num trabalho em que investiga padrões míticos

ligados à maternidade em notícias sobre infanticídios. Na pesquisa, a autora conclui que os jornalistas lançam mão das histórias míticas, consciente ou inconscientemente, como scripts culturais familiares que lhes permitem organizar, simplificar e interpretar as informações, o que é algo de grande valia no dia-a-dia da profissão, marcado por *deadlines* curtos, pela dificuldade em acessar as fontes, pela indisponibilidade de recursos financeiros e pela observância dos valores e preferências da comunidade. Afirma ela que o emprego desse recurso narrativo resulta em coberturas jornalísticas superficiais, generalizadoras e descontextualizadas, que se esquivam de confrontar visões de mundo cristalizadas na sociedade e ignoram particularidades e contradições inerentes aos fatos, sobretudo aos mais complexos. Além disso, a penetração dos mitos nas notícias levaria a que acontecimentos recorrentes, caracterizados pelo desvio à ordem vigente, fossem tratados como problemas raros e individuais, desprovidos de antecedentes, ao invés de serem abordados como problemas sociais e estruturais, entremeados por paradoxos, circunstâncias específicas e aspectos multidimensionais variados.

Notas conclusivas

Diante do rastreamento demonstrado, podemos afirmar que nos estudos sobre a dimensão simbólico-mítica das notícias há a preponderância da perspectiva *consensualista*. Tanto as abordagens de enfoque cultural-antropológico quanto aquelas de ênfase crítico-ideológica convergem para o *consensualismo* por tratarem as imagens míticas observadas nas notícias como dispositivos essencialmente de conservação. Os estudos que adotam a primeira tônica sugerem que a penetração de padrões mitológicos nas notícias gera um ciclo vicioso de eterno retorno aos mesmos espaços de significação, aos mesmos padrões simbólicos que vêm circulando nas sociedades desde os tempos arcaicos e que sobrevivem ainda hoje. No segundo caso, o dos estudos de tratamento crítico-ideológico, essa leitura do fenômeno jornalístico fica ainda mais evidente porque há uma referência direta ao uso ideológico e instrumental dos mitos nas notícias, destinado a imobilizar o mundo e garantir a manutenção do *statu quo* político e econômico. Em resumo, ambos os conjuntos de abordagens, com suas variações, falam da produção e reprodução de consensos e corroboram a assertiva de que as notícias, ao convocarem temas e personagens arquetípicos, unificam as pessoas em torno de valores comuns, geralmente para conservar as coisas onde e como estão.

Não discordamos, claro, de que o jornalismo, em sua dimensão simbólico-mítica, contribui ativamente para o continuísmo. Porém, queremos apontar a necessidade de haver outras interpretações, outras possibilidades teórico-epistemológicas pelas quais o fenômeno jornalístico possa ser percebido em sua ação nos processos de transformação sócio-histórico-cultural das sociedades e, assim, analisado, como lugar de crítica social, mesmo em sua dimensão simbólico-mítica.

Para Schudson, um dos caminhos, que não o da “cultura como molde social” nem o da “cultura como fonte de símbolos disponíveis para uso” seria uma opção intermediária, graças à qual os seres humanos são capazes de escrever sua própria história, mas não sob circunstâncias que escolhem – é preciso negociar, procurar saídas. Reconhece-se, assim, de um lado, a força coercitiva da cultura e, por conseguinte, da mídia e, de outro, a apropriação voluntária de imagens simbólico-míticas dos conteúdos midiáticos pelos repórteres, fontes e receptores, inseridos que estão todos eles na sociedade.

Estando interessados nas imagens míticas na imprensa, buscamos, para, além do rastreamento e da crítica da perspectiva hegemônica aqui em apreço, um aparato teórico-metodológico que dê conta tanto dos aspectos históricos quanto universais na relação jornalismo e imagens míticas e permita, assim, investigar a *diversidade na unidade* e a *novidade na persistência*. Trata-se de outros modelos interpretativos que não tomem as manifestações do simbólico-mítico nas notícias como um movimento de repetição continuada do mesmo, mas como um movimento em espiral, que não redunde na retomada dos mesmos pontos, mas que acompanha as transformações da sociedade e se deixa contaminar pelos confrontos, pluralidades e negociações. Na nossa avaliação, o diálogo das teorias do jornalismo com os estudos do imaginário poderia contribuir muito para isso. Dessa perspectiva, as notícias poderiam ser alvejadas não apenas com o olhar quase sempre reducionista do racionalismo, do ideologismo e do arcaísmo, mas com uma visão mais abrangente, que reconhece na dimensão simbólico-mítica do jornalismo uma dimensão imaginativa, que nos convida a uma experiência estética.

Referências

- BARKIN, S. (1984). The journalist as storyteller: an interdisciplinary perspective. *American Journalism*, Winter, v. 2, n. 1, p. 27-33.
- BARNETT, B. (2006). Medea in the media: narrative and myth in newspaper coverage of women who kill their children. *Journalism*, London, v. 7, n. 4, p. 411-432.
- BARTHES, R. (1973). Introdução à análise estrutural da narrativa. In: *Análise estrutural da narrativa: pesquisa semiológica*. Petrópolis: Vozes.
- _____. (1975). *Mitologias*. Rio de Janeiro: Editora Bertrand Brasil.
- BERKOWITZ, D.; NOSSEK, H. (2001). Myths and news narrative: towards a comparative perspective of news. *Ecquid Novi*, v. 1, n. 22, p. 41-56.
- BERKOWITZ, D. (2005). Telling what-a-story: news through myth and ritual. In: ROTHENBUHLER, E. W.; COMAN, M. (Eds.). *Media anthropology*. Thousand Oaks: Sage, p. 210-219.
- BIRD, E. (2005). CJ's revenge: a case study of news as cultural narrative. In: ROTHENBUHLER, E. W.; COMAN, M. (Eds.). *Media anthropology*. Thousand Oaks: Sage, p. 188-198.
- BIRD, E.; DARDENNE, R. (1993). Mito, registro e histórias: explorando as qualidades narrativas das notícias. In: TRAQUINA, N. *Jornalismo: questões, teorias e histórias*. Lisboa: Vega, p. 263-277.
- _____. (2009). Rethinking news and myth as storytelling. In: WAHL-JORGENSEN, K.; HANITZSCH, T. *The handbook of the journalism studies*. London: Routledge, p. 205-217.
- CAMPBELL, C. (1995). *Race, myth and the news*. Thousand Oaks: Sage.

- CAREY, J. (1989). A cultural approach to communication. In: CAREY, J. *Communication as culture: essays on media and society*. Winchester: Unwin Hyman, p. 13-36.
- COHEN, S.; YOUNG, J. (1976). *The manufacture of news: deviance social problems & the mass media*. London: Constable.
- COMAN, M. (2005). Cultural anthropology and mass media: a processual approach. In: ROTHENBUHLER, E. W.; COMAN, M. (Eds.). *Media anthropology*. Thousand Oaks: Sage, p. 46-55.
- DARNTON, R. (1975). Writing news and telling stories. *Daedalus*, v. 2, n.104, p. 175-194.
- ENTMAN, R. M. (1993). Framing: toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, v. 4, n. 43, p. 51-68.
- ETTEMA, J. (2005). Crafting cultural resonance: Imaginative power in everyday journal. *Journalism*, London: Sage, v. 6. n. 2, p. 131-152.
- GOFFMAN, E. (1974). *Frame Analysis: An essay on the organization of experience*. New York: Harper and Row.
- HALL, S. (1976). A world at one with itself. In: COHEN, S.; YOUNG, J. (Eds.). *The manufacture of news: deviance social problems & the mass media*. London: Constable, p. 85-394.
- LULE, J. (2001). *Daily news, eternal stories: the mythological role of journalism*. New York: The Guildford Press.
- ROTHENBUHLER, E. W.; COMAN, M. (2005). *Media anthropology*. Thousand Oaks: Sage.
- SCHUDSON, M. (1989). How Culture Works: perspectives from Media Studies on the Efficacy of Symbols. *Theory and Societ*, v. 18, n. 2, p. 153-180, mar.
- _____. (2005). News as stories. In: ROTHENBUHLER, E. W.; COMAN, M. (Eds.). *Media anthropology*. Thousand Oaks: Sage, p. 121-128.
- SILVERSTONE, R. (1988). Television myth and culture. In: CAREY, J. (Ed.). *Media, myths and narratives: television and the press*. Newbury Park: Sage, p. 20-447.
- SMITH, R. R. (1997). Mythic elements in television news. In: BERKOWITZ, D. (Ed.). *Social meaning of the news: a text-reader*. Thousand Oaks: Sage, p. 325-332.
- THORBURN, D. (1988). Television as an aesthetic medium. In: CAREY, J. (Ed.). *Media, myths and narratives: television and the press*. Newbury Park: Sage, p. 48-65
- YOUNG, J. (1976). The myth of the drug taker in the mass media. In: COHEN, S.; YOUNG, J. (Eds.). *The manufacture of news: deviance social problems & the mass media*. London: Constable, p. 314-322.
- WHITE, H. (1980). The value of narrativity in the representation of reality. *Critical Inquire*, Autumn, v. 7, n. 1, p. 5-27.

GISLENE SILVA é professora do Departamento de Jornalismo da UFSC – Universidade Federal de Santa Catarina e coordenadora do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo; doutora pelo Programa de Estudos Pós-Graduados em Ciências Sociais (Antropologia) / PUC de São Paulo.

FLÁVIA DOURADO MAIA é graduada em Jornalismo pela Universidade Federal de Viçosa, especialista em jornalismo científico pela Unicamp e mestranda do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina.

vinhadourado@gmail.com

*Artigo recebido em março de 2011
e aprovado em maio de 2011*