



Mito, Razão e Jornalismo ¹

Érica Medeiros FERREIRA ²

Dimas A. KÜNSCH ³

Faculdade Cásper Líbero, São Paulo, SP

Resumo

Este trabalho tem como objetivo relacionar os temas mito, razão e jornalismo. Com uma breve contextualização do desenvolvimento do pensamento científico ocidental a partir do mito, da tragédia, da filosofia e da ciência, propomos o papel do comunicador na sociedade contemporânea frente à razão e a “subjetividade”, no sentido apresentado, considerando-se uma analogia entre estes e os campos de conhecimento da história e da literatura, com base nos estudos da pesquisadora Maria Aparecida Baccega. Propomos, ainda, conforme os estudos do pesquisador Sean Hagen, que o fazer jornalístico firma-se sobre o pensamento mítico e que essa fundamentação, de forma racional e “subjetiva”, possibilita uma visão menos rasa dos acontecimentos e permite uma compreensão diferenciada da área da comunicação. Ambos utilizam-se da Análise do Discurso como ferramenta para suas pesquisas.

Palavras-Chave: mito; jornalismo; análise do discurso.

Desenvolvimento do pensamento científico

“O racionalismo que ignora os seres, a subjetividade, a afetividade e a vida, é irracional”. (Morin *apud* Künsch, 2006:8)

A humanidade sempre teve a necessidade de tentar compreender a sua origem, seu fim, os fenômenos da natureza, os sentimentos complexos que são imanentes à alma humana.

Uma das formas primeiras de se lançar a essa tentativa foi através dos mitos, presentes em todas as culturas, desde a Antiguidade.

¹ Trabalho apresentado para a Sessão Teoria da Comunicação, da Intercom Júnior – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Estudante de Graduação do 1º. ano do Curso de Jornalismo da Faculdade Cásper Líbero, email: ferreira.ERICA@gmail.com

³ Orientador do trabalho. Professor Doutor da Faculdade Cásper Líbero, email: dimas.kunsch@terra.com.br.



A palavra mito origina-se do grego *mythos*, com o sentido de narrativa lendária que “explica através do apelo ao sobrenatural, ao divino e ao misterioso, a origem do universo, o funcionamento da natureza e a origem e os valores básicos do próprio povo”. (Japiassú & Marcondes, 1996:183) É, por isso, uma visão não-científica, “subjéctiva” do mundo. Subjéctivo, não apenas no sentido do material interior ímpar do sujeito, mas no sentido da não racionalização, do simbólico, do emocional quase. Por isso, utilizaremos esse termo entre aspas aqui.

Na sociedade ocidental, esse pensamento deu conta dos acontecimentos do mundo em um tempo em que a ciência e a objetividade, como as conhecemos, não tinham se desenvolvido.

Com o desenrolar do pensamento filosófico, na Grécia, a partir do século VI a.C., esse panorama começa a mudar: “...a realidade passa a ser explicada a partir da consideração da natureza pela própria, a qual pode ser conhecida racionalmente pelo homem, podendo essa explicação ser objeto de crítica e reformulação; daí a oposição tradicional entre mito e *logos*” (Japiassú & Marcondes, 1996:183).

Uma das contribuições para essa mudança foi o questionamento dos mitos através da tragédia grega.

A tragédia, forma de expressão artística teatral na sociedade grega do fim do século VI, apropria-se dos mitos e encena-os em festas públicas, inaugurando um novo tipo de espetáculo. Mas a tragédia não reproduz simplesmente a sociedade. Critica-a e questiona-a. Nesse sentido foi, portanto, um híbrido entre o mito e a razão. Uma passagem do mito para a razão, do mito para o *logos*.

Conforme o Dicionário de Filosofia (Japiassú & Marcondes), *logos* vem do grego *legein*: falar, reunir. O *logos* adquiriu, ao longo dos anos, vários significados na filosofia ocidental. Sua origem está ligada à etimologia da palavra razão. De acordo com Marilena Chauí, esta origina-se de duas fontes: do latim *ratio* e do grego *logos*.

As duas palavras, *logos* e *ratio*, possuem sentido semelhante, de ordenamento da fala, do pensamento, da capacidade de organização e de explicação que as coisas possuem. A partir do desenvolvimento do pensamento crítico, o pensamento objetivo passa a ser suporte para o pensamento científico, até chegar a correntes filosóficas como o racionalismo, em que a razão é tida como “a única autoridade quanto à maneira de pensar e/ou agir” (Ferreira, 2004:1701).



Ambigüidade no pensamento contemporâneo

Hoje podemos, por analogia, encontrar representantes do pensamento “subjetivo”, conforme explicado anteriormente, e do pensamento racional: a literatura como mito e a história como razão.

Estes dois discursos têm encontros e distanciamentos entre si. A literatura não tem compromisso com o “real”, mas com a “verossimelhança” (Barthes *apud* Baccega 1988:163) e a história, diferente da ficção, propõe cientificidade em suas produções. E se aproximam: “É no cotidiano que a história e a ficção ‘buscam’ sua matéria-prima, já que ‘a vida cotidiana é a vida do homem inteiro’, como diz Agnes Heller”. (Heller *apud* Baccega, 2006:13)

Na atualidade, um sem fim de fatos ocorrem a cada instante e se torna cada vez mais difícil apreender todos os acontecimentos. Walter Lippmann escreveu que, por este motivo, precisamos de mediadores para que a nossa opinião se forme sobre o que não somos capazes de observar diretamente. Vemos, então, a importância da mídia na sociedade contemporânea.

Segundo Baccega, o comunicador, assim como a história e a literatura, também se utiliza do cotidiano como matéria-prima. Os meios de comunicação se basearão nesses dois campos de conhecimento, bem como em outros. Irão usá-los na formação de seu discurso, tanto o campo literário (subjetividade, observação, participação, sentidos humanos) quando o histórico (objetividade, discurso referencial, ausência do sujeito). Ela diz:

Tal qual o discurso literário, o discurso será a confluência de todos os discursos sociais. Para tanto, o sujeito comunicador há que saber ler esses discursos sociais, sobretudo os discursos da história e da literatura, fontes nas quais ele deve banhar-se permanentemente. A história, que vai lhe possibilitar condições para o rearranjo do passado que estará forçosamente presente no seu texto; a literatura, que lhe dará condições de melhor aproximar-se das emoções que fervilham na existência humana e que o conduzirá no caminho da descoberta das possibilidades históricas (Baccega, 2006:20).

Portanto, conforme propõe Baccega, na comunicação devemos considerar a ambigüidade desses dois campos de conhecimento em segundo plano e trabalhar com o que cada um pode oferecer para o comunicador como “criador de novas realidades”.



Pensamento mítico no fazer jornalístico

Sean Hagen, no artigo “Jornalismo, Mito e Linguagem”, defende que o pensamento mítico “fundamenta e articula a base do fazer jornalístico”. O jornalista, na produção de conteúdo com base no cotidiano que é sua matéria-prima, pode nem se dar conta de que “os fatos que lhe chamam a atenção no processo de seleção possam estar assentados sobre estruturas míticas”.

O mito, segundo o autor, está presente na linguagem e, por conseguinte, nas estruturas mais elementares do pensamento. De forma racional e “subjativa”, o mito fundamenta o fazer jornalístico:

[...] o repórter utiliza os seus recursos mentais conscientes e racionais como também os impulsos inconscientes, as suas imagens mentais mais profundas. Essas imagens projetam no seu consciente representações inatas universais e arquetípicas, às vezes superficialmente chamadas estereótipos, dos quais ele não pode se livrar. Essas imagens são como que “evocadas” pelo consciente do repórter para ajudá-lo no seu esforço de interpretação (MOTTA *apud* Hagen, 2000:1).

Hagen postula que o mito é a base da comunicação:

As notícias geradas pelos acontecimentos coexistem na dualidade do lógico e do mítico, deixando espaço para um infinito processo de mediações entre a informação pretendida e a interpretação processada. “Comunicação é mito. Onde está uma, o outro mora” (TÁVOLA, 1985, p. 225). Essa é a base da comunicação, e mais especificamente do jornalismo, em que estão centradas as proposições deste artigo (Hagen, 2006:6).

O jornalista dialoga de forma honesta com a “subjatividade” necessária para visões menos rasas do acontecimento, sem deixar de assumir o compromisso com a objetividade. Hagen diz que “é preciso compreender o jornalismo como construção a partir de possibilidades mediadas e nunca de afirmativas absolutas. Resgatar o real valor da imagem e do simbólico [“subjatividade”] nas mediações jornalísticas abre uma perspectiva não usual de compreensão da área”. (Hagen, 2006:7)



Referências Bibliográficas

BACCEGA, Maria A. **A sociedade da comunicação: discursos, ficção e realidade.** Congresso de Málaga, 2006.

CHAUÍ, M. **Convite à Filosofia.** Origem da palavra razão. São Paulo: Ática, 2006.

EURÍPEDES. **Medéia.Os deuses contestados.** São Paulo: Martin Claret, 2007.

FERREIRA, Aurélio B. H. **Novo dicionário Aurélio da língua portuguesa.** Curitiba: Positivo, 2004

HAGEN, Sean. **Jornalismo, Mito e Linguagem.** Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho “Estudos de Jornalismo”, do XV Encontro da Compós, na Unesp. Bauru, 2006

JAPIASSÚ, H & MARCONDES, D. **Dicionário Básico de Filosofia.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1996.

KÜNSCH, D. **Mídia e Poder.** Texto retirado da Internet. 2007.
http://kunschmidiaepoder.zip.net/arch2007-06-01_2007-06-30.html, acesso em 08/05/2008

KÜNSCH, D. **Comunicação e Incomunicação: Visão Complexo-Compreensiva da Questão.** Brasília: XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - Intercom, 2006.

LESKY, A. **A tragédia grega.** São Paulo: Perspectiva, 2006.

LIPPMANN, W. **Public Opinion.** Long Island – EUA: EBook, 2004.

LOPES, Giovana dos S. **Medéia de Eurípedes: um olhar sobre tradição e ruptura, na tragédia grega.** Revista Urutágua – revista acadêmica multidisciplinar (DCS/UEM) Nº 14 – Dez. 07/Jan./Fev./Marc/2008 – Quadrimestral – Maringá – PR.

PEREIRA JR. Luiz C.P. **A fábula dos três repórteres.** São Paulo: Anuário de Jornalismo da Cásper Líbero, 2002.