



Jornalismo e narrativa mítica: do ideológico ao imaginário¹

Flávia DOURADO Maia²

Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, SC

RESUMO

Os estudos que relacionam jornalismo e narrativa mitológica em geral adotam uma perspectiva crítica, que associa as manifestações do simbólico-mítico nas notícias a um mecanismo de manutenção do *status quo* e de aprisionamento dos indivíduos em visões de mundo pré-moldadas. Este artigo problematiza essa abordagem e sugere como alternativa o diálogo com a teoria do imaginário, que permite deslocar o foco da dimensão ideológica e instrumental dos mitos para seu potencial de estimular a criação imaginativa e a transformação concreta da realidade. A proposta é colocar em relevo a potência inventivo-criativa e a riqueza semântica da simbologia mítica em detrimento da força homogeneizadora e inercial frequentemente atribuída aos mitos no âmbito das pesquisas em jornalismo.

PALAVRAS-CHAVE: jornalismo; narrativa; mito; ideologia; imaginário.

TEXTO DO TRABALHO

Durante as décadas de 1970 e 1980, os estudos culturais americanos e britânicos deram grande atenção para as relações entre jornalismo e mito (LULE, 2001). Desde então, a narrativa mitológica consolidou-se como fator fundamental para a compreensão do fenômeno jornalístico. E, ainda que o interesse pelo assunto atualmente seja menor, diversos estudos³ têm sido desenvolvidos, sobretudo no exterior, com foco na dimensão simbólico-mítica das notícias⁴.

Sem pretensões de demarcar quando e com que autores essa abordagem teve início, pode-se apontar como um de seus precursores o americano James Carey. Em artigo seminal sobre a comunicação como forma de cultura, de 1975, o pesquisador propõe que o jornalismo seja apreendido não como mera transmissão de informações, mas como um ritual que une produtores e receptores em torno de crenças

¹ Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 17 a 19 de maio de 2010.

² Mestranda em Jornalismo do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo (PosJor) da Universidade Federal de Santa Catarina, e-mail: vinhadourado@gmail.com.

³ As obras organizadas por Carey (1988) e Coman e Rotherbuhler (2005) reúnem artigos relevantes sobre a relação entre mídia, narrativa e mito. Entre os trabalhos internacionais destacam-se, ainda, os de Carey (1975), Lule (2001, 2005) e Bird e Dardenne (1988, 2009), e, entre os nacionais, os de Motta (2000, 2002a, 2002b, 2002c, 2003, 2004, 2006) e Albuquerque (2000).

⁴ A palavra notícia é empregada neste artigo como metonímia para produtos jornalísticos em geral.



compartilhadas. Nesta perspectiva, as notícias deveriam ser compreendidas como sistemas simbólicos; mais que ensinar algo novo, elas representariam e reforçariam visões particulares de mundo, contribuindo para a conformação e organização de um edifício cultural ordenado e único.

Além de Carey (1975), contribuem para alicerçar o entendimento do jornalismo como narrativa mítica Barthes (1973), ao propor que a narrativa é universal e se faz presente em todos os tempos, sociedades, classes e lugares; e White (1980), ao comparar a narrativa a uma espécie de meta-código humano universal, que molda a realidade em estruturas de significados trans-históricas e transculturais, facilmente reconhecíveis e assimiláveis pelos indivíduos.

Em texto de 1988, de caráter metanalítico, Bird e Dardenne sistematizam e discutem algumas das ideias centrais que fundamentam as comparações entre narrativa mitológica e jornalismo, revelando uma expressiva produção científica sobre o tema. Com base nos trabalhos de uma série de pesquisadores, os autores argumentam que as notícias ocupam, na contemporaneidade, o lugar de modelo de cultura reservado aos mitos nas sociedades arcaicas, uma vez que (a) codificam as informações sob a forma de histórias; (b) se referem ao particular para representar o universal; (c) atribuem significados simbólicos aos fatos; (d) explicam a nossa condição no mundo; (e) normalizam valores; e (f) unificam as pessoas em torno de uma matriz comunal de sentidos.

As analogias entre jornalismo e narrativa mítica ganham novo fôlego com o estudo de Jack Lule (2001, 2005) sobre os arquétipos presentes no jornal *The New York Times*. Tal como Bird e Dardenne (1988), o autor explora as similitudes entre mito e notícia: tanto um quanto outra (a) tratam de eventos reais⁵; (b) contam histórias de interesse público voltadas para a coletividade; (c) repetem ritualmente as mesmas temáticas; e (d) informam e orientam a sociedade. O objetivo de Lule, ao traçar esse paralelo, é demonstrar que as notícias são herdeiras legítimas dos mitos; ao contar e recontar as narrativas culturais que sempre acompanharam a humanidade, elas partilham crenças, medos e angústias, ajudam o homem a dar sentido a seu tempo e a seu mundo e delineiam os contornos normativos indispensáveis para a preservação da ordem social.

⁵ Lule enfatiza que os mitos não são sinônimo de ficção ou fantasia, mas de verdade e realidade. Com base no pensamento de Mircea Eliade, o autor sustenta que os mitos contam acontecimentos reais que tiveram lugar no tempo primordial e, por isso, devem ser vistos como histórias verídicas e autênticas, tais quais as notícias.



De modo amplo, os argumentos-pilares que sustentam os estudos sobre a dimensão simbólico-mítica do jornalismo - como os propostos pelos autores até aqui apresentados - podem ser organizados em torno de três grandes modelos interpretativos: o arquetípico, o funcionalista e o cognitivo. Para o primeiro, mito e notícia seguem padrões simbólicos arcaicos intrínsecos à cultura; para o segundo, ambos respondem à demanda humana por histórias; e para o terceiro, os dois constituem formas de pensar e de significar o mundo baseadas nas mesmas operações mentais (COMAN, 2005). Esse leque de possibilidades interpretativas não parece garantir, entretanto, a diversidade de enfoques sobre o entendimento do jornalismo como narrativa mitológica. O que se observa é que, independentemente do modelo adotado, os debates teóricos geralmente partem de uma única perspectiva - a crítico-ideológica - que entende os mitos como uma força de homogeneização do pensamento, de confirmação das concepções de mundo vigentes e de imobilização social. O objetivo deste artigo é problematizar essa perspectiva, apontando suas limitações, e propor uma via alternativa de pesquisa: o diálogo com a teoria do imaginário.

Jornalismo, narrativa mítica e ideologia

Os estudos de cunho crítico-ideológico que associam jornalismo e narrativa mitológica em geral associam as manifestações dos símbolos e mitos nas notícias a um mecanismo de manutenção do *status quo*. O principal expoente dessa linha de pensamento é Roland Barthes. Na obra "Mitologias", de 1975, o autor define o mito como um sistema de comunicação utilizado para alienar os indivíduos - um instrumento da burguesia para manter seu controle ideológico sobre a sociedade e conservar "a hierarquia das posses" (p. 175). Neste cenário, o jornalismo - enquanto criador e reproduzidor de mitos - atuaria no sentido de naturalizar a história, transformando "contingência em eternidade" (p. 162):

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).



Embora não seja tão categórico quanto Barthes (1975), o próprio Carey (1975) - um dos fundadores da abordagem simbólico-mítica da comunicação - considera que o lugar do jornalismo, em sua dimensão ritual, é mais o de manter e reafirmar o mundo tal qual ele é, controlando e contendo a ação humana, do que o de transformá-lo. As histórias noticiosas, assim como outros produtos simbólicos, não proveriam informação, mas confirmação, não alterariam atitudes ou modificariam mentes, mas representariam a ordem subjacente das coisas⁶.

A influência da perspectiva crítico-ideológica se faz notar não apenas em obras clássicas, mas também em textos recentes, mais representativos das filiações teóricas atuais. Exemplo ilustrativo dessa tendência é o novo artigo de Bird e Dardenne, dedicado a repensar o jornalismo como narrativa mitológica. No trabalho, de 2009, os autores retomam ideias desenvolvidas em artigo anterior, de 1988, com o objetivo de fazer uma leitura mais crítica⁷ da simbologia mítica inerente ao jornalismo. Amparados por uma extensa revisão bibliográfica, chamam atenção, assim, para os riscos de manipulação a que os jornalistas e o público estão expostos em virtude das interações entre notícia e mito, uma vez que estas contribuiriam para manter o "senso de continuidade e ordem do mundo" (2009, p. 208) e para reforçar ideologias existentes. As convenções narrativas seriam utilizadas, ainda, como estratégia para produzir histórias baratas, fáceis e populares, que atraem e agradam o público.

Há também pesquisadores que não tratam especificamente da questão ideológica, mas que revelam uma inclinação nitidamente crítica por priorizarem os aspectos mercadológicos envolvidos na parceria notícia-mitologia. É o que faz Barnett (2006) ao investigar padrões míticos ligados à maternidade na cobertura jornalística de casos de infanticídios. No estudo, a autora conclui que os jornalistas utilizam os mitos, consciente ou inconscientemente, como scripts culturais familiares que lhes permitem organizar, simplificar e interpretar as informações - algo de grande valia no dia-a-dia da profissão, frequentemente marcado por *deadlines* curtos, pela dificuldade em acessar as fontes, pela indisponibilidade de recursos financeiros e pela observância dos valores e preferências da comunidade. O emprego desse artifício narrativo teria duas implicações

⁶ Em tradução livre. No original: "*This projection of community ideals and their embodiment in material form - dance, plays, architecture, news stories, strings of speech - creates an artificial though nonetheless real symbolic order that operates to provide not information but confirmation, not to alter attitudes or change minds but to represent an underlying order of things, not to perform functions but to manifest an ongoing and fragile social process*" (CAREY, 1975, p. 19).

⁷ No artigo de 1988, Bird e Dardenne adotam uma perspectiva caracteristicamente antropológica, priorizando os aspectos culturais - mais que políticos e econômicos - da dimensão simbólico-mítica do jornalismo.



paradoxais: por um lado, facilitaria a compreensão de eventos complicados por parte do público; por outro, redundaria em estereotipações e explicações simplistas que esvaziariam a complexidade dos fatos.

Antes de avançar nas reflexões sobre o que já foi exposto, é importante ressaltar que o que está em discussão aqui não é a pertinência da perspectiva crítico-ideológica ao estudo da dimensão simbólico-mítica do jornalismo. Não se contesta que as notícias ajudam a configurar e a reconfigurar o *ethos* comunal conforme uma matriz mitológica; tampouco se questiona que as narrativas jornalísticas - por gozarem de uma autoridade retórica comparável à das verdades míticas - são capazes de instituir os esquemas segundo os quais as pessoas devem interpretar a realidade. Contudo, entende-se que a abordagem crítico-ideológico não consegue, sozinha, dar conta de todos os fatores envolvidos na relação entre narrativa mitológica e jornalismo, na medida em que circunscreve as manifestações dos símbolos e mitos nas notícias a uma forma de aprisionamento dos indivíduos em visões de mundo pré-moldadas.

Além disso, cabe ressaltar que a preferência pela abordagem crítico-ideológica, bem como suas limitações, podem ser percebidas no contexto das pesquisas em jornalismo como um todo. Os problemas referentes aos vínculos entre notícia e ideologia têm motivado uma ampla produção científica e gerado um quadro substancial de respostas; estas, no entanto, mostram-se insuficientes - ainda que indispensáveis - para explicar o fenômeno jornalístico (BENETTI, 2004). No ensejo deste cenário epistemológico, os estudos na área demandam a abertura de novas frentes pesquisa - com a incorporação de novos conceitos, teorias e métodos - que possibilitem aos pesquisadores perspectivar o jornalismo a partir de outras lentes que não a da ideologia, para que, assim, consigam chegar a modelos de compreensão diferentes dos já conhecidos (ACCIOLY, 2007).

O que se propõe neste artigo não é, portanto, refutar ou desmerecer a apreensão crítico-ideológica das narrativas jornalísticas, mas ampliar o escopo do debate por meio de uma via de estudo ainda pouco explorada, mas muito profícua: o diálogo com a teoria do imaginário. Esse aporte teórico-metodológico permite voltar-se para as notícias não apenas com o olhar - por vezes reducionista - do racionalismo, mas também com um olhar abrangente e subjetivo, que vê na dimensão mítica do jornalismo um estímulo à criação imaginativa, uma oportunidade de gozar de uma experiência estética, uma abertura para transcender a realidade e, inclusive, transformar concretamente o mundo. Como adverte Mircea Eliade, os mitos não devem ser traduzidos "numa eterna



repetição da mesma coisa, numa total imobilidade cultural" pois, "embora pareçam destinados a paralisar a iniciativa humana, por se apresentarem como modelos inatingíveis, os mitos na realidade incitam o homem a criar, e abrem continuamente novas perspectivas para o seu espírito inventivo" (2006, p. 124-125).

A dinâmica do imaginário

O conceito de imaginário é difuso e dificilmente pode ser esgotado em definições muito fechadas. Diversos autores procuram esclarecer o termo, sobretudo por meio de explicações metafóricas. Assim, o imaginário pode ser entendido como o capital pensado e não pensado do *homo sapiens*, uma faculdade de simbolização (DURAND, 1997); um patrimônio humano universal, "museu de todas as imagens passadas possíveis, produzidas e a produzir (MOTTA, 2002a, p. 104); "um conjunto de imagens mentais que permitem ao homem se expressar simbolicamente, tanto na relação com o exterior quanto internamente, no mundo do onírico ou dos devaneios"; "o fio que costura os homens uns aos outros, independentemente de suas origens, crenças, agrupamentos sociais ou inscrições ideológicas (BENETTI, 2009, p. 287-288); o cimento social que une os indivíduos em uma mesma atmosfera (MAFFESOLI, 2001).

Mas o conceito que melhor sistematiza o complexo de idéias envolto na noção de imaginário é o proposta por Juremir M. Silva:

[O imaginário] agrega imagens, sentimentos, lembranças, experiências, visões do real que realizam o imaginado, leituras da vida e, através de um mecanismo individual/grupal, sedimenta um modo de ver, de ser, de agir, de sentir e de aspirar ao estar no mundo. O imaginário é uma distorção involuntária do vivido que se cristaliza como marca individual ou grupal (SILVA, J. M., 2003, p. 2).

A compreensão da teoria do imaginário, em linhas gerais, passa por três conceitos sistematizados por Gilbert Durand: (a) arquétipo: imagem primordial, de caráter inconsciente, compartilhada por toda a humanidade, espécie de moldura a ser preenchida; (b) símbolo: concretização do arquétipo, isto é, o conteúdo cultural tangível que preenche a moldura arquetípica, dando origem a sentidos múltiplos; e (c) mito: sistema de arquétipos e símbolos organizados em torno de uma narrativa que reúne os fundamentos de uma cultura e os sedimenta na memória coletiva (1997, p. 60-63). Os arquétipos são anteriores à história; só produzem significados quando entram em interação com o ambiente cultural e fazem emergir os símbolos e mitos - e, logo, os



imaginários - que unem e movem uma comunidade.

O imaginário comporta, dessa forma, uma dimensão universal, relativa às temáticas arquetípicas, e uma dimensão particular, já que cada tempo histórico e cada tradição cultural conformam simbologias e relatos míticos próprios. Ele consiste no elo que media o eterno - herança arcaica - e o temporal - presente cronológico. E, muito embora se apóie em um alicerce arquetípico imutável, não deixa de ser um devir: ele se renova, se recria e se transforma continuamente, configurando diferentes interpretações da realidade. Esse processo se dá a partir do que Durand chama de trajeto antropológico: a "incessante troca que existe ao nível do imaginário entre as pulsões subjetivas e assimiladoras e as intimações objetivas que emanam do meio cósmico e social" (1997, p. 41). As concepções de mundo do presente não são, portanto, nada mais que o resultado do encontro entre o tempo primordial e o tempo histórico, ou, como prefere Durand, das acomodações das imagens mentais dos sujeitos - de caráter universal - ao ambiente cultural - de caráter particular.

Essa relação dinâmica entre coerções sociais do meio e subjetividade inconsciente dos indivíduos, de que trata o trajeto antropológico, põe em relevo a potência inventiva do imaginário em detrimento da força homogeneizadora e inercial frequentemente atribuída à simbologia mítica no âmbito dos estudos do jornalismo. Conforme enfatiza Durand,

Longe de ser epifenômeno passivo, aniquilação ou então vã contemplação de um passado terminado, o imaginário não só se manifestou como atividade que transforma o mundo, como imaginação criadora, mas sobretudo como transformação eufêmica do mundo, como *intellectus sanctus*, como ordenança do ser às ordens do melhor (DURAND, 1997, p. 432, grifo do autor).

Há, portanto, um vínculo estreito entre imaginário e ação materializadora. Isso significa que arquétipos, símbolos e mitos não conduzem somente aos caminhos do anacronismo, do retorno ao passado arcaico ou do conformismo estacionário. Tais elementos carregam uma energia criadora capaz de impelir os sujeitos a manifestarem na práxis suas impressões sobre o estar-no-mundo - a reinventar o cotidiano e a modificar o presente para viabilizar um futuro mais satisfatório - atitude que revela uma recusa em aceitar o mundo tal como ele é. Silva, J. M. compara o imaginário a um motor, uma força catalisadora que estimula e impulsiona indivíduos ou grupos a realizarem a realidade e a imprimir sua marca na matéria do vivido: "o homem age



(concretiza) porque está mergulhado em correntes imaginárias que o empurram contra ou a favor dos ventos" (2003, p. 3).

O imaginário na narrativa jornalística

A incorporação da teoria do imaginário aos estudos da dimensão simbólico-mítica do jornalismo é recente e ainda escassa. No Brasil, o único pesquisador com tradição nesse diálogo teórico é Luiz Gonzaga Motta, para quem as notícias são lugar de encontro entre *logos* - a descrição racional dos fatos - e *mythos* - a apreensão subjetiva da realidade. Segundo o autor, as narrativas noticiosas devem ser entendidas como obras abertas, ambíguas e polissêmicas, que convidam o público receptor a preencher lacunas de sentido e a completar cooperativamente os significados das informações: "as notícias são um sistema simbólico singular onde se fundem e se confundem real e ficção, estimulando o imaginário do leitor a recriar mundos possíveis, descortinar horizontes e transfigurar as fronteiras da realidade" (MOTTA, 2002b, p. 1).

Sobre as reflexões de Motta (2002b), é importante esclarecer, entretanto, que apreender o real e o imaginário como categorias antitéticas abre espaço para que as manifestações de símbolos e mitos no jornalismo sejam interpretadas como um equívoco - um desvio da missão de informar objetivamente o público, um estímulo à postura acrítica diante dos fatos e/ou um artifício de alienação dos indivíduos - e não como algo inerente a qualquer forma de pensamento e de comunicação humana, conforme propõe Durand (1997). Motta (2002b) não incide neste erro por enfatizar que *logos* e *mythos* dialogam e constituem faces de um mesmo objeto; não nega, desse modo, que as notícias podem desempenhar, concomitantemente, tanto sua função informativa - relatar fatos reais, atendo-se ao referente empírico - quanto sua função mítica - reiterar conteúdos simbólicos, dando vazão aos impulsos de fabulação dos indivíduos.

Investigar o imaginário na narrativa jornalística requer deixar de lado os vícios dicotômicos que separam razão/emoção, objetividade/subjetividade. Como realça Gislene Silva (2009), não existe uma ruptura entre o racional e o imaginário, o factual e o ficcional, o real e o irreal, o abstrato e o concreto, pois que ambos pertencem ao universo das imagens. E é justamente da negação dessa ruptura que advém uma das contribuições mais relevantes da teoria do imaginário à teoria do jornalismo: permitir que se ultrapassem "os limites da centralidade do jornalismo sustentada em fatos e



acontecimentos objetivos" (SILVA, G., 2006, p. 1), para estudar as notícias não apenas como uma forma de transmissão de informações e/ou de expressão e reprodução de ideias dominantes - sejam culturais, políticas, sociais ou econômicas -, mas também como lugar de ativação do sonho, do devaneio, do onírico, do lúdico, da fantasia, da sensibilidade poética, da sensação estética e igualmente da razão e da prática, isto é, da criação e recriação de realidades concretas e de mundos sonhados. O imaginário consiste, como observa Silva, J. M. (2003, p. 4), tanto na "represa de sentidos, emoções, vestígios de sentimentos, de afetos, de símbolos e de valores" do homem quanto na "fonte racional e não-racional de impulsos para a ação".

A teoria do imaginário torna possível, assim, direcionar o foco das pesquisas em jornalismo para a riqueza semântica e o potencial inventivo-criativo das simbologias e mitologias subjacentes às narrativas jornalísticas, constituindo uma via alternativa às abordagens de caráter eminentemente crítico-ideológico, que enfatizam a tendência inercial e tautológica dos mitos. Ao circunscrever as manifestações do simbólico-mítico a uma forma de propagação da ideologia burguesa, de fechamento de sentidos e/ou de despolíticação social, tais abordagens desconsideram, por um lado, a capacidade de resistência dos indivíduos, apresentando-os como seres indefesos diante da imagem (MAFFESOLI, 2001); e, por outro, que símbolos e mitos atuam não só como força conservadora, mas também revolucionária. Bronislaw Baczko discute a presença marcante dos imaginários em revoluções, sejam elas burguesas ou não, e o papel decisivo da imaginação no reconhecimento, na comunicação e na motivação dos amotinados:

Os sonhos e as esperanças sociais, frequentemente vagos e contraditórios, procuram cristalizar-se e andam em busca de uma linguagem e de modos de expressão que os tornem comunicáveis. Os princípios e conceitos abstratos só se transformam em ideais-força quando são capazes de se constituir como pólos em torno dos quais a imaginação coletiva se organiza (BACZKO, 1985, p. 321).

No caso particular do jornalismo, a ideia de que as manifestações do simbólico-mítico nas notícias funcionam como mecanismo de manipulação e de imobilização do público mostra-se limitada quando confrontada com dois argumentos-chave: (a) o jornalismo pode atuar em processos de revolução e de mudança social; e (b) o imaginário é sempre coletivo e se presta também à crítica social.



Em relação ao primeiro argumento, cabe destacar as considerações de Adelmo Genro Filho acerca do potencial revolucionário e humanizador do jornalismo: "através dos modernos meios de comunicação radicaliza-se a possibilidade das transformações na consciência e na cultura. Portanto, aumenta a possibilidade do sujeito coletivo agir diretamente sobre si mesmo" (1987, p. 89). O autor critica pesquisadores como Robert E. Park⁸, que reduziriam o conhecimento produzido pelo jornalismo a uma forma de negação das contradições sociais internas e de conservação da sociedade tal como ela é:

Robert E. Park acaba definindo o conhecimento produzido pelo jornalismo como um mero reflexo empírico e necessariamente acrítico, cuja função é somente integrar os indivíduos no "status quo", situá-lo e adaptá-lo na organicidade social vigente. O jornalismo teria, assim, uma função estritamente "positiva" em relação à sociedade civil burguesa, tomada esta como referência universal. [...] Nota-se, claramente, que o conceito do conhecimento [...] está limitado ao seu sentido vulgar de "reflexo" subjetivo de uma relação meramente operacional com o mundo, de uma intervenção estritamente manipulatória (GENRO FILHO, 1987, p. 59-60).

Sobre o segundo argumento, evoca-se o conceito de trajeto antropológico de Durand (1997), aplicando-o à situação específica do jornalismo, como faz Silva, G. (2005, p. 104) ao propor que o sujeito produtor e o sujeito receptor das notícias sejam estudados como parte de uma coletividade que comunga de um mesmo universo simbólico - e não como categorias apartadas pelo esquematismo dos modelos comunicacionais. Nesta perspectiva, o jornalismo é tanto configurador da cultura quanto configurado por ela, como sugere Michel Maffesoli ao falar sobre comunicação e imaginário:

O criador [...] só é criador na medida em que consegue captar o que circula na sociedade. Ele precisa corresponder a uma atmosfera. O criador dá forma ao que existe nos espíritos, ao que está aí, ao que existe de maneira informal ou disforme. [...] Isso significa que o criador deve estar em sintonia com o vivido. O arquétipo só existe por que se enraíza na existência social. Assim, uma visão esquemática, manipulatória, não dá conta do real, embora tenha uma parte de verdade. A genialidade implica a capacidade de estar em sintonia com o espírito coletivo. Portanto, as tecnologias do imaginário bebem em fontes imaginárias para alimentar imaginários. (MAFFESOLI, 2001, p. 81).

⁸ Genro Filho refere-se especificamente ao artigo *News as form of knowledge. A chapter on sociology of knowledge*, publicado em 1940 no *American Journal of Sociology*. Conferir o texto traduzido para o português em: PARK, Robert. A notícia como forma de conhecimento: um capítulo na sociologia do conhecimento. In: BERGER, Christa; MAROCCO, Beatriz. **A era glacial do Jornalismo: teorias sociais da imprensa**. Porto Alegre: Sulina, 2008. p. 51-70.



Para Maffesoli, a comunicação encarna a própria ideia do imaginário, uma vez que dá "nova potência a um dos mais sólidos arcaísmos" (2003, p. 16): o desejo de estar em relação com o outro, de participar, de interagir, de vibrar com o grupo do qual se faz parte em torno de uma atmosfera simbólica comum. Nesse ambiente de comunhão, a informação atua não só no sentido de transmitir conteúdos utilitários, mas também no de promover a sensação do estar junto e de compartilhar cotidianamente, mesmo que sem um propósito definido, sentimentos, entusiasmos, desejos e totens.

O imaginário é a partilha com os outros de um pedacinho do mundo. [...] A informação, serve, então, para fornecer elementos de organização do puzzle de imagens dispersas. Assim, as tribos de cada cultura, partilhando pequenas emoções e imagens, organizam um discurso dentro do grande mosaico mundial (MAFFESOLI, 2003, p. 17).

O fato de o jornalismo suscitar anseios, provocar sensações estéticas, nutrir espíritos com experiências transcendentais e alimentar sonhos não compromete a legitimidade de seu discurso, não coloca em questão sua propriedade para relatar fatos nem implica o esvaziamento ou ineficácia de sua função informativa. As notícias devem ser pensadas como um exercício de produção de sentido e de entendimento do mundo que responde tanto a demandas pragmáticas - apreender a realidade objetiva e rotineira - quanto a demandas subjetivas - nos elevar "para além do imediato diário" e nos situar "dentro de 'imensos edifícios de representação simbólica'" (SILVA, G. 2005, p. 101).

Assumir a dimensão imaginária do jornalismo não significa, portanto, rebaixá-lo, diminuí-lo ou desvalorizá-lo; apenas abre uma via de estudo alternativa, que desloca o centro de atenção das funções ideológicas e instrumentais dos mitos para seu potencial em estimular, por meio das narrativas jornalísticas, a fabulação inventiva e transformadora. Como ressalva Eliade, "o simbolismo *acrescenta* um novo valor a um objeto ou a uma ação, sem por isso prejudicar seus valores próprios e imediatos" (1991, p. 178, grifo do autor).

Na interseção entre a razão e o devaneio, o imaginário comporta coesão e resistência. A resistência pode aflorar na forma de ações concretas e de pensamentos racionais ou na forma de utopias e sonhos; estes, por sua vez, podem traduzir-se em atitudes e fomentar a intervenção prática na realidade. No jornalismo não é diferente: as manifestações do simbólico-mítico nas notícias ajudam a ampliar horizontes - reais ou



fictícios - do público, levando-os a aspirar, a imaginar e também a criar mundos possíveis e impossíveis. Por isso, a narrativa jornalística deve ser incluída entre as "forças que projetam o ser humano historicamente condicionado em um mundo espiritual infinitamente mais rico que o mundo fechado do seu 'momento histórico'" (ELIADE, 1991, p. 9), seja incitando a criatividade, suscitando experiências oníricas ou estimulando a transformação concreta da vida cotidiana.

REFERÊNCIAS

ACCIOLY, Sheila Mendes (2007). Para além da ideologia: travessias imaginárias na pesquisa em jornalismo. In: Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, V, 2007, Aracaju. **Anais eletrônicos...** Brasília: SBPJor, 2007. Disponível em <http://sbpjour.kamotini.kinghost.net/sbpjour/?page_id=16>. Acesso em 21 de outubro de 2009.

ALBUQUERQUE, Afonso de (2000). A narrativa jornalística para além dos *faits-divers*. **Revista Lumina**. Juiz de Fora, vol. 3, n. 2, p. 69-91, jul./dez. 2000.

BACZKO, Bronislaw (1985). Imaginação Social. In: LEACH, Edmund et al. **Anthropos Homem**. Lisboa: Imprensa Nacional/Casa da Moeda, vol. 5, 1985. p. 296-332.

BARNETT, Barbara (2006). Medea in the media: narrative and myth in newspaper coverage of women who kill their children. **Journalism**. London, vol. 7, n. 4, p. 411-432, 2006.

BARTHES, Roland (1973). Introdução à análise estrutural da narrativa. In: **Análise estrutural da narrativa: pesquisa semiológica**. Petrópolis: Vozes, 1973.

_____ (1975). **Mitologias**. Rio de Janeiro: Editora Bertrand Brasil, 1993.

BENETTI, Marcia (2004). Jornalismo e a lógica transversal do imaginário. In: **Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo**, II, 2004, Salvador. **Anais eletrônicos...** Brasília: SBPJor, 2004.

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

BIRD, Elizabeth; DARDENNE, Robert (1988). Mito, registro e histórias: explorando as qualidades narrativas das notícias. In: TRAUQUINA, Nelson. **Jornalismo: questões, teorias e estórias**. Lisboa: Vega, 1993. p. 263-277.



_____ (2009). Rethinking news and myth as storytelling. In: WAHL-JORGENSEN, Karin; HANITZSCH, Thomas. **The handbook of the journalism studies**. London: Routledge, 2009. p. 205-217.

CAREY, James (Ed.) (1988). **Media, myths and narratives: television and the press**. Newbury Park: Sage, 1988.

CAREY, James (1975). A cultural approach to communication. In: CAREY, James. **Communication as culture: essays on media and society**. Winchester: Unwin Hyman, Inc, 1989. p. 13-36.

COMAN, Mihai (2005). News, stories and myth: the impossible reunion? In: ROTHERBUHLER, Eric W.; COMAN, Mihai (Eds.). **Media anthropology**. Thousand Oaks. CA: Sage. 2005. p. 111-119.

DURAND, Gilbert (1997). **As estruturas antropológicas do imaginário: introdução à arquetipologia geral**. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

ELIADE, Mircea (1991) . **Imagens e símbolos: ensaio sobre o simbolismo mágico-religioso**. São Paulo: Martins Fontes, 1991.

_____ (2006). **Mito e realidade**. São Paulo: Editora Perspectiva, 2006.

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

LULE, Jack (2001). **Daily news, eternal stories: the mythological role of journalism**. New York: The Guildford Press, 2001.

_____ (2005). News as myth: daily news and eternal stories. In: ROTHERBUHLER, Eric W.; COMAN, Mihai (Eds.). **Media anthropology**. Thousand Oaks. CA: Sage. 2005. p. 101-110.

MAFFESOLI, Michel (2001). O imaginário é uma realidade. **Revista Famecos**, Porto Alegre, v. 1, n. 15, p. 74-82, ago. 2001.

_____ (2003). A comunicação sem fim (teoria pós-moderna da comunicação). **Revista Famecos**, Porto Alegre, v. 1, n. 20, p. 13-20, abr., 2003.

MOTTA, Luiz Gonzaga (2000). A Psicanálise do Texto: a mídia e a reprodução do mito na sociedade contemporânea. Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, IX, 2000, Porto Alegre. **Anais eletrônicos...** Disponível em < <http://www.compos.org.br>>. Acesso em 13 de outubro de 2009.



_____ (2002a). O imaginário: em busca de uma síntese entre o ideológico e o simbólico na análise da dinâmica sociocultural latino-americana. **Eptic On-Line (UFS)**, Brasil, v. 4, n. 3, Sep./Dic., p. 01-21, 2002a.

_____ (2002b). Explorações epistemológicas sobre uma antropologia da notícia. **Revista Famecos**, Porto Alegre, v. 19, n. 19, p. 75-92, 2002b. Disponível em <<http://revcom.portcom.intercom.org.br/index.php/famecos/issue/view/31>>. Acesso em 13 de outubro de 2009.

_____ (2002c). Para uma antropologia da notícia. **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, Vol. XXV, No. 2, julho/dezembro, p. 11-41, 2002c. Disponível em <<http://revcom2.portcom.intercom.org.br/index.php/rbcc/search/results>>. Acesso em 13 de outubro de 2009.

_____ (2003). O jogo entre intencionalidades e reconhecimentos: pragmática jornalística e construção de sentidos. **Comunicação e Espaço Público**. Brasília, v. 6, n. 1 e 2, p. 07-36, 2003. Acesso em 13 de outubro de 2009.

_____ (2004). Jornalismo e configuração narrativa da história do presente. In: **Interprogramas da COMPOS**, 2004, Brasília. CDROM IV Interprogramas COMPOS. Brasília: Universidade de Brasília, 2004. Acesso em 13 de outubro de 2009.

_____ (2006). **Notícias do fantástico**: jogos de linguagem na comunicação jornalística. São Leopoldo: Editora Uninsinos, 2006. Acesso em 12 abril de 2009.

ROTHERBUHLER, Eric W.; COMAN, Mihai (Eds.) (2005). **Media anthropology**. Thousand Oaks. CA: Sage, 2005.

SILVA, Gislene (2005). Jornalismo e construção de sentido: pequeno inventário. **Estudos em Jornalismo e Mídia**. Florianópolis, vol. 2, n. 2, 2o. semestre, p. 95-107, 2005.

_____ (2006). Leituras de notícias e imaginário. In: Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, IV, 2006, Porto Alegre. **Anais eletrônicos...** Porto Alegre: SBPJor, 2006. Disponível em <<http://sbpjor.kamotini.kinghost.net/sbpjor/resumod.php?id=400>>. Acesso em 23 de abril de 2009.

_____ (2009). **O sonho da casa no campo**: jornalismo e imaginário de leitores urbanos, Florianópolis: Insular, 2009.

SILVA, Juremir Machado (2003). Tecnologias do imaginário: esboços para um conceito. Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, XII, 2003, Recife. **Anais eletrônicos...** Disponível em <<http://www.compos.org.br>>. Acesso em janeiro de 2010.



WHITE, Hayden (1980). The value of narrativity in the representation of reality. **Critical Inquire**. vol. 7, n. 1, p. 5-27, autumn, 1980.