

O jornalismo no mundo pós-metafísico: reflexões sobre a prática na era das subjetividades

Arthur Ituassu

Introdução

Depois que vários fantasmas do passado visitaram sua tenda, às vésperas da guerra, Ricardo III, na peça de William Shakespeare, acorda assustado, frágil e temeroso do seu mais novo e pior inimigo: “Oh, minha covarde consciência, como me afliges”. O ignóbil, repugnante, corcunda, ao menos na obra shakespeareana, autor das maiores atrocidades para alçar o poder, como o assassinato do próprio irmão, fora então derrotado por sua própria mente. Na manhã seguinte, enfraquecido, Ricardo III morre no campo de batalha, gritando pelo seu cavalo: “A horse, a horse, my kingdom for a horse”! (Shakespeare, 1988: 174).

A forma inventiva que Shakespeare dá à cena, e que vai se intensificar em outros personagens como Hamlet e principalmente Falstaff, constitui-se no que a teoria da literatura canônica chama de “psicologia da mutabilidade”. Segundo Harold Bloom (1994: 55), a “psicologia da mutabilidade” define a capacidade dos personagens de Shakespeare de pensar sobre si mesmos e, a partir disso, mudar seu comportamento, seu rumo na terra, suas ações.

Para o crítico, a obra shakespeareana traz a origem da autotransformação com base no entreouvir-se. De acordo com Harold Bloom, trata-se da mais admirável das inovações literárias. Segundo ele, hoje, todos nós andamos por aí falando a nós mesmos, entreouvindo o que dizemos, meditando e agindo com base no que aprendemos. Isso, para o autor, é nada menos que uma reação da vida ao que se tornou necessariamente a literatura. Shakespeare, em seu papel canônico, acrescenta assim à literatura da imaginação a lição mais dominante e melancólica da poesia: como falar a nós mesmos.

A capacidade do texto de construir realidades, apontada pela teoria da literatura, é apenas uma, apesar de importante, das muitas contribuições ao desmoronamento moderno e pós-moderno das noções clássicas de sujeito, objeto e representação, cujo relacionamento se insere em uma gama infinita de linguagens como, por exemplo, a ciência e também o jornalismo. Este ensaio pretende fazer um breve mapeamento dessas muitas contribuições para a desconstrução das noções clássicas de sujeito, objeto e representação, no intuito de enfatizar a centralidade do discurso midiático, inclusive do jornalismo, na construção social da realidade, nas ideias compartilhadas sobre o real, na cognição e na cultura contemporâneas, para então fazer sugestões práticas e concretas para o desenvolvimento da formação e da prática jornalística nesse contexto pós-positivista, pós-metafísico contemporâneo. Afinal, quem é esse sujeito? O que é o “real”? De que forma podemos “representá-lo”? Quais os limites dessa representação?

De Kant à teoria da comunicação

Ora, as três críticas kantianas ao sujeito epistêmico moderno, isento, imparcial, provido essencialmente de objetividade, ao objeto epistêmico moderno, que poderia existir sem o contexto, sem a linguagem, sem a interpretação, e ao conceito moderno de signo, que pressupõe a relação de verdade por correspondência entre a representação que o sujeito produz e o próprio objeto, na interpretação da realidade, minam as certezas e os fundamentos da técnica de modo que o que é aceito como “verdade”, “conhecimento”, ou “reflexo da realidade”, será, a partir desse ponto, condicionado pelo ambiente cognitivo e conceitual através do qual a “verdade”, o “conhecimento” ou o “reflexo da realidade” foram perseguidos (Delacampagne, 1997: 17-18).

Nesse contexto, paira a noção de signo como uma forma arbitrária ou a contribuição da linguística de Saussure (2011[1916]), bem como a interpretação das culturas pela antropologia simbólica de Clifford Geertz (1977) e a origem do relativismo cultural. Também nesse contexto são trazidas à tona a invenção freudiana do inconsciente e a percepção psicanalítica de um indivíduo em constante mal-estar com a sociedade (Freud, [1931]1997), com a civilização, bem como a *verstehen* weberiana, ou seja, a necessidade de se entender o significado da ação pelo ponto de vista do autor (Weber, [1922] 2011). Sobre a razão e a ciência, Kant foi célebre em proclamar: não há como romper os limites da subjetividade. O que escrevemos não retrata um real, mas o constrói.

Nesse terreno, a crítica pós-marxista e a chegada do filósofo à terra, como disse Hannah Arendt (1999) sobre Marx, ou a crítica pós-frankfurtiana e sua percepção sobre os processos de dominação ideológica e cultural, alertam para uma realidade de crise na comunicação pública contemporânea, incluindo-se o jornalismo, onde

o entretenimento e a violência desmedida absorvem a atenção de um cidadão tornado passivo, desinteressado e cínico com relação às possibilidades de harmonização política da vida social; onde os eventos, espetáculos e personalidades ocupam quase que completamente o espaço midiático, produzido problematicamente em uma configuração centralizada mas diluidora das responsabilidades éticas, a partir de uma lógica e/ou cultura industrial descontextualizada de seu tempo (Blumler e Gurevitch, 1995; Coleman e Blumler, 2009; Gomes e Maia, 2008; Gomes, 2004; Bennet e Entman, 2001; Cappella e Jamieson, 1997 etc.).

Não à toa, assombram os discursos reprodutores de uma “identização” quase plena como consumidor do leitor, ouvinte e/ou espectador¹ e a baixa qualidade dos processos de mediação, com custos para as realidades mediadas, como, por exemplo, a política. Além disso, são ressaltadas pela literatura especializada contemporânea a falta de espaços argumentativos e deliberativos no ambiente midiático e a reduzida representatividade no campo, de visibilidade absurdamente concentrada. Nesse contexto, fica a pergunta: “Os debates mediados pelos tradicionais meios de massa poderiam ou podem, de fato, dar voz à pluralidade e à autenticidade dos interesses, vontades e posições sociais representados no corpo da sociedade civil?” (Gomes e Maia, 2008: 19).

Aqui, nada além da própria realidade está em jogo. Afinal, a comunicação midiaticizada traz em si elementos fundamentais do conflito simbólico que constitui os processos de significação social da realidade ou ela mesma (Gamson e Modigliani, 1989). Da mesma forma, a comunicação midiaticizada é percebida como um campo de suma importância à produção de sentido, no contexto relacional contemporâneo. O *locus* onde representações são produzidas, trocadas, atualizadas. O *locus* onde se dá o processo permanente de produção, atualização e apropriação dos sentidos que moldam as percepções sobre o mundo ou ele mesmo (França, 2004).

Ora, se as categorias conceituais presentes na linguagem cotidiana orientam as ações e interações sociais, o que representa, em última instância, a construção social da realidade (Jensen e Jankowski, 1991), a comunicação midiaticizada na sociedade contemporânea, incluindo aí o jornalismo, ganha dimensões claras e amplas de relevância social ao se configurar como um “espaço privilegiado de difusão de representações do mundo social e que, por isso mesmo, se estabelece como momento de uma representação especificamente política” (Miguel e Biroli, 2008: 1-2).

A mídia, incluindo o jornalismo, produz e circula significados na sociedade (Jensen e Jankowski, 1991: 18). Como sugere Douglas Kellner, constitui uma cultura própria, formada de representações que atuam na construção do dia a dia, dominando o lazer, moldando visões políticas e comportamentos sociais, provendo às pessoas o material sobre o qual elas podem formar suas próprias identidades (Kellner, 2002). Ao fim, trata-se de um elemento fundamental do processo pelo qual indivíduos constroem os significados da realidade ao redor ou ela mesma (Scheufele, 1999).

Dessa forma, não sem motivos, a virada subjetivista nas ciências sociais colocou a comunicação, como disciplina, em um lugar de destaque na análise da realidade social, exatamente pela posição da mídia como uma referência fundamental na construção contemporânea dos significados sociais. A procura (reflexiva) por ideias, discursos, símbolos, representações, significados, pela linguagem, como forma de se entender os processos de constituição da realidade (simbólica), puseram a comunicação na linha de frente da produção do conhecimento. Como a cultura produzida pela mídia é um aspecto fundamental da vida contemporânea, e como a cultura da mídia é tanto constituída como constitui as dinâmicas políticas e sociais contemporâneas, esta mesma cultura da mídia se mostra como um excelente foco de análise da própria realidade. Ora, se a perspectiva construtivista das ciências sociais, por exemplo, se apoia nos preceitos de que a estrutura das associações humanas é determinada por “ideias compartilhadas” e que identidades e interesses são produtos dependentes dessas “ideias compartilhadas”, pergunta-se: qual a forma de se “compartilhar ideias” senão pela comunicação? E qual a comunicação social fundamental hoje na sociedade contemporânea, para a realidade social, senão a midiática?

De fato, assumem seu devido lugar as abordagens focadas na linguagem, na cultura, no simbólico, nas ideias e representações, que se tornam assim tanto elementos constituidores da comunicação e do social como de uma “abordagem comunicacional” dos fenômenos sociais, ao ponto da sugestão de James Carey ([1989]2009), sob a influência da antropologia de Clifford Geertz, de ver a “comunicação como cultura”. Para Carey, nossas mentes e vidas são moldadas pela nossa experiência, ou melhor, como diz o autor, “pelas representações dessas nossas experiências”, e o nome dessa experiência é comunicação. Ao se examinar a sociedade em forma de comunicação, é possível percebê-la como um processo por meio do qual a realidade é criada e preservada (Carey, 2009: 26). Realidade esta vista como “um recurso escasso”, onde a forma fundamental de poder é a de definir, alocar e manifestar esse recurso escasso (Carey, 2009: 66).

Nesse contexto, claro, a análise crítica torna-se fundamental. É imprescindível não somente entender, mas também libertar, emancipar, “autonomizar”, como propõe, por exemplo, a teoria crítica, focada em estudos de mídia “emancipadores” em relação aos processos de dominação ideológica, disseminados e reproduzidos pelos sistemas de comunicação de massa, inclusive o jornalismo. Da mesma forma, ganham importância os estudos culturais, voltados para o papel ideológico do discurso midiático na construção social de realidades específicas e “naturalmente” hierarquizadas, como diria Roland Barthes (1972). A partir dessas análises, é possível perceber a comunicação midiática como uma grande força cultural colocada em uma posição dominante no que diz respeito às relações sociais e aos problemas políticos, bem como em relação à produção e disseminação de ideologias populares (Hall et al., 1980: 117).

Nesse contexto, por exemplo, a posição de Stuart Hall e dos estudos culturais é a de que as mensagens midiáticas estão imbuídas de pressuposições sobre crenças e práticas que moldam a percepção cotidiana da realidade e, em última instância, reproduzem processos hegemônicos (Rojek, 2009: 51). Assim, a proposta behaviourista de que a mensagem midiática é uma transcrição da realidade social é desafiada por uma redefinição do problema que atribui um caráter de transformação ideológica ao processo midiático.

Como se não bastasse, colaboram também para o papel central do discurso midiático, incluindo o jornalismo, o terreno dos efeitos da mídia, em especial a perspectiva do enquadramento. Dentro de uma tradição que provém da psicologia cognitiva, da antropologia, da sociologia (Goffmann, 1974), da economia, e a partir dos trabalhos clássicos de Robert Entman (1991, 1993), é possível definir o “enquadramento” como a maneira pela qual diferentes atores moldam sua “fala”, seu pensamento e conteúdo político, dentro de limites familiares de referência e de acordo com uma estrutura latente de significados (Van Gorp, 2007: 61).

Ou seja, para além dos efeitos de constituição da agenda (*agenda-setting*), a comunicação, inclusive e principalmente a midiática, compartilha interpretações, maneiras de ver e pensar, que atuam nos processos de construção do significado social e, conseqüentemente, da própria realidade social. A “fala” não só gera uma referência sobre o que se pensar, o tema, a pauta, mas induz também sobre como se pensar, o mesmo tema, a mesma pauta (Cooling, 2001: 94). Ora, se o público desenvolve suas visões da realidade em um processo que envolve experiências pessoais, interações e a seleção de interpretações originadas na mídia, como clamam os construtivistas (Neuman apud Scheufele, 1999: 105), enquadramentos atuam no processo chamando a atenção para determinados ângulos, fatos ou considerações e garantindo-lhes uma relevância específica (Nelson et al. apud Scheufelle, 1999: 116).

De fato, enquadrar pode ser visto como o processo pelo qual atores definem e dão sentido aos temas e os conectam com o ambiente social e político mais amplo (Callaghan e Schnell, 2001: 185). Enquadramentos limitam as alternativas interpretativas disponíveis no processo de construção social da realidade (McCullagh, 2002; Pan e Kosicki, 1993; Potter, 1996). Na definição de Entman (1993: 52), selecionam certos aspectos da realidade e os tornam mais visíveis, de modo a promover uma definição particular de uma dada questão, uma interpretação causal, uma avaliação moral, bem como a recomendar um tratamento específico. Dessa forma, é possível pensar a cultura também como uma série de enquadramentos comuns e empiricamente identificáveis no discurso e no pensamento de um dado grupo social (Van Gorp, 2007).

Com isso, a teoria do enquadramento atua com relativa eficiência na identificação de processos específicos de representação social da realidade. Não à toa, o conceito pôde ser percebido como elo de ligação entre a cognição e a cultura (Gamson

et al. apud Van Gorp, 2007: 61). Afinal, enquadramentos, como parte da cultura, estão embutidos no discurso midiático e jornalístico. Atores aplicam, em sua “fala”, uma persistente gama de enquadramentos, cujo compartilhamento atua na constituição e evolução do mundo social (Entman, 1993; Gamson, 1992; Tewksbury et al., 2000). Ao fim, ainda é possível sugerir que o controle sobre a agenda e a visibilidade dos enquadramentos alicerça a centralidade dos meios de comunicação na política e na sociedade contemporânea (Miguel e Biroli, 2010: 10).

Conclusões

A partir dessa breve discussão sobre a centralidade do discurso midiático, inclusive o jornalismo, na construção social da realidade, nas ideias compartilhadas sobre o real, na cognição e na cultura contemporâneas, faz-se aqui as seguintes considerações a título de sugestões para o desenvolvimento da prática e da formação jornalística no contexto explicitado.

A primeira delas diz respeito ao reforço da noção de responsabilidade social do discurso jornalístico. Se o discurso midiático se apresenta hoje como uma referência fundamental na construção das ideias socialmente compartilhadas ou da própria realidade social, é fundamentalmente necessário que o jornalista esteja ciente de sua responsabilidade e participação nesse processo de construção social da realidade. Percebe-se que, numa visão anterior, a representação objetiva do fato isenta o jornalista de sua responsabilidade ética sobre a realidade, que está dada pelo pressuposto da objetividade. No entanto, na medida em que tais pressupostos clássicos da epistemologia do jornalismo perdem sustentação e são substituídos pela noção de que o fato e a realidade são, na verdade, construções narrativas jornalísticas, a responsabilidade ética do jornalista para com o fato e a realidade que estão sendo construídos alcança graus antes inimagináveis. Afinal, que realidade é esta que está sendo construída? Trata-se, por exemplo, de um real dominado pelo consumismo e pela futilidade cultural, ou de um real onde a cidadania desempenha um papel fundamental em nosso desenvolvimento histórico-social?

A segunda das considerações e sugestões finais propõe uma atenção redobrada à formação crítica e humanística do jornalista. Ora, é senão por meio de uma sólida formação crítica e humanística que o jornalista pode ter consciência de seu papel-chave na produção do discurso midiático, elemento fundamental na constituição da realidade social. A preponderância da técnica, no caminho inverso, apenas reforça o sentido (arendtiano) de alienação, seja no nível do agente, o jornalista, como do próprio ambiente social e sua identidade.

A terceira e última sugestão faz uma junção das duas primeiras e clama por um relacionamento melhor e mais próximo entre a teoria da comunicação e o jornalismo. Não se trata de um jogo de soma zero, como muitas vezes é percebida

a interação, mas de uma relação complementar e fundamental para se entender e analisar criticamente os processos comunicativos, especialmente midiáticos, de construção da realidade social. É preciso uma quebra mútua de preconceitos. Afinal, graças ao jornalismo, a partir da notícia da descoberta recente da ossada de Ricardo III, embaixo de um estacionamento na cidade britânica de Leicester, todos nós podemos saber hoje que o rei, na verdade, não era corcunda, como escreveu Shakespeare, mas sofria apenas de escoliose.² Pelo mesmo exemplo, no entanto, podemos também confirmar o poder do texto na constituição de realidades e identidades históricas e sociais.

Arthur Ituassu

Professor da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio)

Notas

1. E aqui este trabalho se recusa a utilizar o termo “receptor”, dada a conotação passiva que embute ao cidadão e à prática hierarquizante que acaba por reproduzir.
2. Disponível em < <http://www.bbc.co.uk/news/uk-england-leicestershire-21282241> >. Acessado em: março de 2013.

Referências bibliográficas

- ARENDT, H. *Entre o passado e o futuro*. São Paulo: Perspectiva, 1999.
- BARTHES, R. *Mythologies*. Nova York: Hill and Wang, 1972.
- BENNET, L.M. e ENTMAN, R. (Eds). *Mediated Politics: Communication if the Future of Democracy*. Cambridge: Cambridge University Press, 2001.
- BLOOM, H. *O cânone ocidental*. Rio de Janeiro: Objetiva, 1994.
- BLUMER, J.G. e GUREVITCH, M. *The Crisis of Public Communication*. Londres: Routledge, 1995.
- CALLAGHAN, K. e SCHNELL, F. Assessing The Democratic Debate: How The Media Frames Elite Policy Discourse. In: *Political Communication*, v. 18, 2001, p.183-212.
- CAPELLA, J. N. e JAMIESON, K. H. *Spiral of Cynicism: The press and the public good*. Oxford: Oxford University Press, 1997.
- CAREY, J. *Communication as Culture: Essays on Media and Society*. Nova York: Routledge, [1989]2009.
- COLEMAN, S. e BLUMER, J. G. *The Internet and Democratic Citizenship: Theory, Practice and Policy*. Cambridge: Cambridge University Press, 2009.
- COLING, L. Agenda-setting e framing: reafirmando os efeitos limitados. In: *Famecos*, Porto Alegre, n. 14, abril, 2001, p. 88-101.
- DELACAMPAGNE, C. *História da filosofia do século XX*. Rio de Janeiro: Zahar, 1997.
- ENTMAN, R. Framing U.S. Coverage of International News: Contrasts in Narratives of the KAL and Iran Air Incidents. In: *Journal of Communication*, v. 41, n. 4, 1991, p. 6-27.
- _____. Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. In: *Journal of Communication*, v. 43, n. 4, 1993, p. 51-58.

FRANÇA, V. R. V. Representações, mediações e práticas comunicativas. In: PEREIRA, M.; GOMES, R. C. e FIGUEIREDO, V. L. de. Comunicação, representação e práticas sociais. Rio de Janeiro: Editora PUC-Rio; Aparecida: Ideias & Letras, 2004, p. 13-26.

FREUD, S. *O mal-estar na civilização*. Edição eletrônica brasileira das obras psicológicas completas de Sigmund Freud. Rio de Janeiro: Imago Editora, [1931]1997.

GAMSON, W. *Talking Politics*. Cambridge: Cambridge University Press, 1992.

GAMSON, W. e MODIGLIANI, A. Media Discourse and Public Opinion on Nuclear Power: A Constructionist Approach. In: *American Journal of Sociology*, v. 95, n. 1, 1989, p. 1-37.

GEERTZ, C. *The Interpretation of Cultures*. Nova York: Basic Books, 1977.

GOFFMAN, E. *Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience*. Boston: Northeastern University Press, 1974.

GOMES, W. *Transformações da política na era da comunicação de massa*. São Paulo: Paulus, 2004.

_____ e MAIA, R. C. M. *Comunicação e democracia*. Porto Alegre: Meridional; Sulina, 2008.

HALL, S. et al (Eds.). *Culture, Media, Language*. Londres: Hutchinson, 1980.

JENSEN, K.B. e JANKOVISKI, N.W. (Eds.). *A Handbook of Qualitative Methodologies For Mass Communication Research*. Nova York: Routledge, 1991.

KELLNER, D. *Media Culture: Cultural Studies, Identity and Politics Between the Modern and the Post-Modern*. Nova York: Routledge, 2002.

MCCULLAGH, C. *Media Power: A sociological introduction*. Houndmills: Palgrave, 2002.

MIGUEL, L. F. e BIROLI, F. Gênero e política no jornalismo brasileiro. Texto apresentado ao Grupo de Trabalho “Comunicação e Política”, do XVII Encontro da Compós, na UNIP, São Paulo, junho de 2008.

PAN, Z.P. e KOSICKI, G. M. Framing analysis: An approach to news discourse. In: *Political Communication*, v. 10, n. 1, 1993, p. 55-75.

POTTER, J. *Representing Reality: Discourse, Rhetoric and Social Construction*. Londres: Sage, 1996.

ROJEK, C. *The Labour of Leisure: The culture of free time*. Londres: Sage, 2009.

SAUSSURE, F. de *Curso de linguística geral*. São Paulo: Cultrix, 2011[1916].

SCHEUFELE, D. A. Framing as a Theory of Media Effects. In: *Journal of Communication*, v. 49, n. 1, 1999, p. 103-122.

SHAKESPEARE, W. *Richard III*. Nova York: Penguin, 1988.

TEWKSBURY, D.; JONES, J.; PESKE, M.W.; RAYMOND, A. e VIG, W. The interaction of news and advocate frames: Manipulating audience perceptions of a local public policy issue. In: *Journalism and Mass Communication Quarterly*, v.77, 2000, p. 804-829.

VAN GORP, B. The Constructionist Approach to Framing: Bringing Culture Back In. In: *Journal of Communication*, v. 57, 2007, p. 60-78.

WEBER, M. *Economy and Society: An Outline of Interpretative Sociology*. Berkeley: University of California Press, [1922]1978.

Recebido em agosto de 2013.

Aceito em setembro de 2013.

Resumo

Este ensaio pretende fazer um breve mapeamento das muitas contribuições para o desmoronamento das noções clássicas de sujeito, objeto e representação, no intuito de enfatizar a centralidade do discurso midiático, inclusive do jornalismo, na construção social da realidade. Feito isso, apresenta sugestões para o desenvolvimento da formação e da prática jornalística no contexto pós-positivista e pós-metafísico contemporâneo.

Palavras-chave

Jornalismo; Epistemologia; Pós-metafísica.

Abstract

The aim of this paper is to map some of the various contributions to the deconstruction of the classic notions of subject, object and representation with the intention to stress the centrality of the mediated speech, including journalism, to the social construction of reality. After that, this text presents some suggestions for the formation of journalists and the practice of journalism within this post-positivist and post-metaphysics contemporary context.

Keywords

Journalism; Epistemology; Post-metaphysics.