



Os Olhos da Nação - A Metáfora que acompanha as Transformações no Imaginário do Jornalismo

Andriolli de Brites da Costa¹

Universidade Federal do Rio Grande do Sul

Resumo: Na busca por compreender as transformações do Jornalismo na passagem do período industrial (século XIX) ao pós-industrial, quando o campo jornalístico se vê tensionado por elementos externos à hegemonia da indústria de notícias (ANDERSON, BELL, SHIRKY, 2013), este artigo busca no diálogo com a Teoria Geral do Imaginário (DURAND, 2012) atravessamentos que ofereçam novas elucidções para os desafios do campo. Empreendemos, para fins exploratórios, uma leitura simbólica de um texto clássico da epistemologia do Jornalismo: *Imprensa e Dever de Verdade*, de Rui Barbosa. Da análise, percebemos a força da metáfora ocular: a Imprensa era tida como a “vista da nação” – que permitiam ao País discernir certo e errado, verdades e mentiras (BARBOSA, 1990). Será que hoje, com o desbastamento do imaginário heróico do Jornalismo e de sua relação com o Estado, essa visão ainda se sustentaria?

Palavras-chave: Jornalismo Pós-Industrial; Imaginário; Epistemologia do Jornalismo

1. Introdução

Em *Os Jornais podem Desaparecer*, mais do que diagnosticar, Philip Meyer busca explicitamente *salvar* o jornalismo com sua pesquisa. E aquele de boa estirpe. “O jornalismo está em apuros. Este livro é uma tentativa de fazer algo a respeito” (2007, p.

¹ Doutorando em Comunicação e Informação pela UFRGS. Mestre em Jornalismo pela UFSC. Bolsista CAPES. E-mail: andriolli_costa@hotmail.com

9), pontua. Assim como ele, diversos outros pesquisadores tem se esforçado de maneira mais ou menos direta para oferecer soluções a uma percebida crise do Jornalismo. Qual de fato é esta crise - ou se ela sequer deva ser tratada no singular, já é por si só motivo de longa discussão.

Seria uma crise no *modelo de negócios*, causada pela concorrência com veículos nativos digitais – agora mais dinâmicos e sem o peso da tradição que atrasava a inovação? Quem sabe uma crise de *credibilidade*, causada por anos de promiscuidade da relação da imprensa com os poderes políticos e econômicos? Ou seria ainda uma crise no próprio *contrato comunicativo* entre leitores e jornais tradicionais, uma vez que a internet permitiu a ampla circulação da informação noticiosa, para além do antigo monopólio da indústria de notícias?

Algo ocorre, percebido no dia a dia, mas ainda em vias de ser capturado pela teoria. Como provoca Adelmo Genro Filho, esta ainda permanece “muda em relação às evidências e contradições da prática, quando deveria transformá-las numa linguagem racional” (2012, p. 10).

Ocorre que este percurso, ao ser traçado pelas vias da racionalidade pode se provar, ele próprio, insuficiente. Aquele que se debruça sobre o campo do Jornalismo na contemporaneidade, ao considerar todos os desafios e contextos que o cercam, vai encontrar uma sensação de incerteza e indeterminação difícil de traduzir apenas pela ponderação objetiva. É na poética da metáfora que encontramos o *locus* fecundo para esta tradução que se dispõe a sentir a “respiração do social” – para usar um termo recuperado por Cremilda Medina (2003, p. 67).

Mais do que mera figura de linguagem baseada na substituição de uma palavra por outra, a metáfora deve ser compreendida como tendo a função de “criar uma imagem de uma dada realidade dotada de significação emocional” (ALVES; RABELO, 1999, p. 177). Por conseguinte, propõe Paul Ricoeur, “a metáfora assemelha-se mais à resolução de um enigma do que a uma associação simples baseada na semelhança” (1995, p. 99).

No campo jornalístico, encontramos essas tentativas de resolver enigmas como metáforas vivas. Caminhamos, como sugerem Anderson, Bell e Shirky, sob um terreno que sofre de “*mudanças tectônicas*” (2013, p. 107). E isso se deve, como diagnostica

Ignácio Ramonet, a passagem de um sistema de mídia de massas para um de massa de mídias. Marco histórico deste movimento, para o autor, é a queda do *meteorito Internet*, que “semelhante àquele que fez desaparecer os dinossauros, tem provocado uma mudança radical de todo o ecossistema midiático” (RAMONET, 2012, p. 15).

Essas mudanças estruturais se evidenciam quando passamos de um jornalismo industrial para um pós-industrial. O termo, de certa forma, é um guarda-chuva que abarca as certezas e incertezas que cercam o presente e o futuro do campo jornalístico. Apesar de naturalmente imperfeito, este situa de maneira mais ou menos precisa este momento vivido pelo jornalismo contemporâneo em oposição a um momento anterior, o do *jornalismo industrial*, desenvolvido a partir do final do século XIX quando a indústria de notícias ainda detinha o monopólio da informação jornalística.

Hoje o capitalismo transcende o maquinário industrial, e o jornalismo seguiu o mesmo processo. Atores humanos e não-humanos, internos e externos ao campo, o tensionam de fora para dentro, exigindo mudanças. São redes sociais que centralizam o compartilhamento, startups inovadoras bancadas por investidores anjo, mídias independentes – sem fins lucrativos ou financiadas por campanhas de *crowdfunding*. Sem falar em algoritmos capazes de produzir notícias, diagramar jornais e organizar informações a partir do *big data* mais rápido que qualquer repórter jamais conseguiria.

Estamos, afinal, submersos nesse oceano de dados – naquilo que Pierre Levy chama de um “segundo dilúvio”. Desta vez, no entanto, ao invés de uma única barca de Noé, excludente e restrita, temos diversas barcas interconectadas. Conforme ele: “O segundo dilúvio não terá fim. Não há nenhum fundo sólido sob o oceano de informações. Devemos aceitá-lo como nossa nova condição. Temos que ensinar nossos filhos a nadar, a flutuar, talvez a navegar” (2000, p. 15)

Ao chamar atenção para a emoção ligada ao uso da metáfora, como sugerido anteriormente, entramos no universo da a-racionalidade sensível do imaginário, que desvela a psicologia profunda do ser humano. As imagens de meteoro causador de abalos sísmicos, tectonismo do solo e fundo oceânico, compõe a sensação movediça na qual o pesquisador se encontra, onde o chão firme que sustentava suas certezas já não existe.

Ao mesmo tempo, existe certo conforto no interlugar. O que distingue a notícia distribuída pelas empresas jornalísticas de postagens em redes sociais? A resposta, para

Anderson, Bell e Shirky é *Mu* (2013, p. 116), assumindo a impossibilidade de chegar a uma conclusão. Ao abraçar a metáfora do tectonismo, chegamos neste movimento no qual parece que a própria incerteza é a resposta, e não a falta dela. Por quanto tempo a Teoria do Jornalismo poderá se valer desse artifício?

Este artigo busca, a partir de diálogos estabelecidos com a Teoria Geral do Imaginário de vertente antropológica, fundada por Gilbert Durand em na década de 1960, encontrar respostas possíveis que ofereçam novas elucidações sobre o campo jornalístico. Quem sabe a partir deste olhar atópico, deslocado, não seja possível lançar luz sobre os desafios que se colocam.

Para tanto, escolhemos como objeto empírico para uma leitura simbólica, seguindo os métodos da teoria do imaginário, a obra *Imprensa e Dever de Verdade*, texto resultado de uma conferência escrita por Rui Barbosa em 1920 e publicado em sua terra natal, Salvador/BA, com os direitos autorais doados para a manutenção de um lar de caridade. A edição escolhida foi aquela republicada em 1990 por iniciativa de José Marques de Melo, no projeto Clássicos do Jornalismo, da Escola de Comunicação e Artes da USP. Os motivos da escolha desta edição foram tanto a acessibilidade quanto à fidelidade desta versão ao texto original de Rui Barbosa – sem suprimir trechos ou erratas do autor, como feito por edições anteriores (1990, p. 5).

2. O imaginário do jornalismo

Críticas, controvérsias e até mesmo crises são constantes na historiografia do jornalismo. No entanto, apesar dos pesares, esse jornalismo romântico, filho da modernidade ilustrada e herdeiro do progresso tecnológico, ainda era capaz de evocar sobre si imagens heróicas e *solarizadas* – isto é, iluminadas, ascendentes. E assim o foi durante muito tempo. Os profissionais da imprensa eram vistos – e se percebiam – como “campeões do povo” (MEDINA, 1978, p. 129). Os repórteres, com lama nos pés, tinham a rua como índice do Real. Deveriam *revelar* a verdade, iluminar os acontecimentos. Eram heróis que habitavam um tempo igualmente mítico: as famosas Eras de Ouro do jornalismo, sempre pretéritas e inalcançáveis. “Cães de guarda da sociedade” (PETERSON, 1956, p. 74), estes sentinelas da consciência eram os guardiões – “gatekeepers” -

que colocavam sub judice os acontecimentos do cotidiano (WHITE, 1950). Eram, afinal, juízes capazes de distinguir a verdade da mentira, um “quarto poder”, informal, para além do Executivo, Legislativo e Judiciário (BOND, 1962).

Nelson Traquina faz uma reflexão parecida, embora seu uso do termo mito caia mais para o lado da estereotipia construída a partir da cultura profissional:

A mitologia jornalística coloca os membros desta comunidade profissional no papel de servidores do público que procuram saber o que aconteceu, no papel de "cães de guarda" que protegem os cidadãos contra os abusos de poder, no papel de "Quarto Poder" que vigia os outros poderes, atuando do lado de quem doer, no papel mesmo de herói do sistema democrático [...]. (TRAQUINA, 2008, p. 51)

Hoje não vivemos mais uma Era de Ouro, mas de incertezas. Os repórteres de sapatos sujos, agora ídolos com pés de barro, são admirados nos veículos, laureados com prêmios e distinções, mas convivem diariamente com as contingências de redações precarizadas, demissões em massa e rompimento de vínculo empregatício como pessoa física². Os cães estão perdidos (MARCONDES FILHO, 2000), os portões foram escancarados, e agora resta apenas a observação e a curadoria do *gatewatcher* (BRUNS, 2003). Não mais um *quarto poder*, o jornalismo tornou-se um *quarto do poder* (SOUZA, 2006, p. 195). A alcova onde interesses políticos e econômicos se relacionam às escondidas.

Este trabalho é pautado pelo pressuposto de que a crise que se consolidou nesta passagem do jornalismo Industrial para o Pós-Industrial vai além do escalonamento do gráfico de desconfiança jornalística. Está além de falhas em modelos de negócios supostamente ultrapassados ou de concorrências na disseminação de um discurso da atualidade. É uma crise no âmbito do simbólico. Uma transformação que percorre todo o imaginário evocado pelo jornalismo em suas mais diversas instâncias, ou melhor, em sua própria epistemologia.

É possível que um trabalho que se oriente por outra fundamentação teórica compreenda esta crise no imaginário como algo menor. Acompanhando a visão corrente de

² Segundo a Associação Brasileira de Imprensa, apenas em 2016 foram demitidos cerca de 1200 profissionais de mídia. No mesmo período, 15 veículos, entre emissoras de rádio, TVs e jornais encerraram suas atividades. Ver <http://www.abi.org.br/2016-ano-tragico-para-a-imprensa-1-200-demissoes/>

que aquilo que se vincula ao imaginário é *menos real*, para não dizer fictício ou fantasiado. A esse lastro iconoclasta e positivista, responde Henry Corbin que o mundo das imagens é tão ontologicamente real quanto o mundo dos sentidos e do intelecto.

Esse mundo requer uma faculdade de percepção que pertença a ele, isto é, uma potência imaginativa, uma faculdade com uma função cognitiva, um valor poético que é tão real quanto o sentido da percepção ou a intuição imaginativa ou imaginação cognitiva, não equivale à “fantasia” que produz o “imaginário”, na linguagem corrente se confunde intelectual (CORBIN, 1972. p. 5).

O livro base para este entendimento é o *Estruturas antropológicas do Imaginário*, a tese de doutorado de Gilbert Durand defendida em 1960. Ainda sob influência da discussão estruturalista, tão em voga naquele período – em uma manifestação concreta do campo científico discutido anteriormente, Durand, de maneira alegadamente “inocente” batiza o livro com o termo que “entra na moda” das vanguardas acadêmicas (2013, p. 91). Uma decisão que futuramente o persegue, e que o levou a explicitar seu lugar de fala ao tratar do estrutural. “A estrutura não é, nem nunca foi, aquela forma estática e voluntariamente esvaziada de sentido que certo estruturalismo admite”, alerta (2013, p. 94). “Longe de haver conflito entre símbolo e estrutura, esta se deriva em seu mesmo dinamismo, diretamente da posição ‘aberta’ do símbolo” (2013, p. 94). Tentar fixar o mito, diz ele, é como quando na física quântica se tenta fixar a partícula microfísica “perde-se o seu conteúdo dramático” (DURAND, 2012, p. 97).

Durand compreende que o imaginário orienta-se a partir de rítmicas corporais fundamentais: a *ascensão*, isto é, o ato de se colocar de pé, liberando as mãos para a ação e os olhos para distinguir o outro; a *deglutição*, o ato de trazer para dentro de si, nutrir-se, interiorizar; e, por fim, a *cópula*, a rítmica sexual e orgástica que não busca o equilíbrio, mas a própria tensão. Cada uma destas funções está ligada a um verbo ou ação, e engendram um regime diferente de imagens simbólicas. Todo imaginário humano, assim, articula-se por meio de “estruturas plurais e irredutíveis, limitadas a três classes que gravitam ao redor dos processos matriciais do *separar* (heróico), *incluir* (místico) e *dramatizar* (disseminador)” (2004, p. 40). Este último também chamado *sintético*.

Não, a estrutura de Durand não é forma estanque e imutável. A impressão pode ser contrária, uma vez que os miticianos recorrem com frequência a entidades e deuses

antigos. "Sempre os mesmos", atacam os críticos (2008, p. 10). Mas nem o imaginário, e nem mesmo os mitos são imutáveis. Jean Jacques Wunenburger esclarece que, a estabilidade de um imaginário mítico "vincula-se com seu enraizamento numa estrutura profunda que faz nascer uma constelação de relatos sem que nenhum possa vir a ser considerado primeiro, puro, original" (2007, p. 45). De fato, os sistemas de imaginários em sua maioria resultam de sobreposições, de cruzamentos, de miscigenações que também estão ligadas a esfera antro-po-sócio-cultural. Assim, em virtude de seu compartilhamento, de sua transmissão, o mito é chamado a uma metamorfose permanente. "Contar mitos é introduzir a diferença e, portanto, mitizar, isto é, participar da renovação, da recriação do mito" (2007, p. 48).

As dinâmicas de transformação do mito estão ligadas a um processo dialético de negociações com o social. Para Durand, o pesquisador do imaginário deve se colocar deliberadamente no *trajeto antropológico*, isto é, na "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" (2012, p. 41). Perceber esta transitividade do mito em uma cultura determinada, para Wunenburger, ilustra bem como "o imaginário se acha submetido a perpétuas transformações, que implicam ao mesmo tempo em movimentos de emergência e de declínio de alguns mitos, mas também variações cíclicas e rítmicas de mesmas raízes semânticas". (2007, p. 51).

Qual o mito que atualmente governa o jornalismo? Houve realmente uma mudança de mito, ou apenas uma atualização de um mito antigo? O que se pode fazer é traçar alguns paralelos. O jornalismo industrial, como filho da modernidade carrega uma série de manifestações de um imaginário prometéico, voltado para a eficiência, a técnica e o progresso tecnológico – vide passagem para a *Peny press*, a objetividade como estratégia, o lead, a fotografia como atestação.

Neste ambiente pós-industrial, no entanto, cada vez mais temos iniciativas que buscam um novo lugar para o fazer jornalístico: é o caso do *slow journalism*, onde a periodicidade não é uma imposição ante a urgência da publicação; o *jornalismo crowdfunding*, financiado e realizado por uma rede de apoiadores em torno de uma mesma causa: a produção de um discurso interpretativo sobre a atualidade. São também as iniciativas de *fact checkers* que têm se popularizado num universo em que a pós-

verdade foi escolhida a palavra do ano pela Universidade de Oxford. Há de se falar ainda na própria Mídia Ninja, nos Jornalistas Livres e em diversas outras organizações mais ou menos coesas que se reúnem para a produção de uma narrativa do tempo presente fundada na proximidade e na interferência em oposição à objetividade e isenção da clássica narrativa jornalística.

Estas são propostas que evocam o imaginário da “sociedade em rede”, da qual fala Castells (2000). É o jornalismo de comunicação, de Charron e Bonville (2016), onde a conexão é mais importante do que a própria informação. Exemplo paradigmático disso é o relatório de inovação do New York Times, produzido para comunicação interna da empresa, mas vazado e amplamente estudado desde então. Nele, a equipe atesta: “O New York Times está vencendo no jornalismo. (...) Ao mesmo tempo, estamos ficando para trás em uma segunda e crítica área: a arte e a ciência de fazer nosso jornalismo chegar aos leitores” (2014, p. 3). A reportagem só não basta, é preciso conectar. Seria então este um marco da passagem de um Mito do Progresso para um Mito da Conexão?

A manifestação discursiva do imaginário, como vimos, é o mito. É através da análise dos mitos, sua alternância e permanência, que Durand propõe uma mitodologia, isto é, a metodologia de análise própria aos estudos do Imaginário, fundadas na mitocrítica e na mitanálise. A primeira, ligada à crítica literária, está “vocacionada para captar e tratar os mitos e suas figuras patentes e latentes nos textos literários e poéticos” (ARAÚJO, 2014, p. 18). Já a segunda, fruto da psicanálise, serve “para detectar os mitos diretores que animam as sociedades ao longo do seu tempo e do seu espaço” (ARAÚJO, 2014, p. 18).

A proposta nesta pesquisa, seguindo os caminhos indicados por Durand, é desenvolver uma leitura simbólica de uma obra clássica da epistemologia do jornalismo para, a partir dela, recensear as imagens simbólicas pertinentes a seu momento e identificar seu diálogo com o imaginário do jornalismo contemporâneo. No caso de *Imprensa e Dever de Verdade*, encontramos esta recorrência de imagens nas metáforas do *olho* e do *centro*.

3. Imprensa e Dever de Verdade

Aos 71 anos, doutor Barbosa, como era conhecido, não conseguiu fazer-se presente para proferir a conferência ao vivo devido a problemas de saúde. Não foi capaz, portanto, de repetir os famosos discursos de três ou quatro horas ininterruptas pelas quais era reconhecido (1990, p. 7) e se reconhecia³. Ainda assim, a vivacidade de sua reflexão não traduz qualquer debilidade física. O político brasileiro - que nunca recusou sua paixão pelo jornalismo, como ressalta o prefácio de José Freitas Nobre - apresenta nela questionamentos contundentes sobre a promiscuidade da relação entre imprensa e política em nosso país.

Cremilda Medina recupera *Imprensa e o dever de verdade* de Rui Barbosa (1920) juntamente com *O problema da imprensa*, de Barbosa Lima Sobrinho (1923) como primeiras balizas ou clássicos do jornalismo nacional (1993, p. 38). Obras nas quais os autores davam vazão “a inflexão para as regulações jurídicas, a ética da informação jornalística e algumas regras de como operar na profissão” (1993, p. 13). Um conjunto que ela classifica como obras de *inspiração jurídica*.

Por que Rui Barbosa e não outro dos seus contemporâneos? Afinal, José Marques de Melo (2003) retoma estes precursores da imprensa em rica bibliografia. Poderíamos tratar, por exemplo, de *A instrução e a imprensa* (José Veríssimo, 1901). Ou talvez de *Origem e desenvolvimento da imprensa colonial brasileira* (Cunha Barbosa, 1902). Pouco a frente, temos também *A imprensa no Brasil* (Max Fleuiss, 1922). Isso para não falar no próprio Barbosa Lima Sobrinho, descrito por Melo como um grande contribuinte para a teoria do jornalismo no país.

A resposta pode se relacionar à arbitrariedade das escolhas de pesquisa, mas ocorre que *Imprensa e o dever da verdade* carrega em seu bojo inquietações que ainda hoje movimentam o campo. Primeiramente com a ideia de “dever”, a normatividade da função social da imprensa – discussão muitas vezes objeto de tergiversação. Mas principalmente pela relação imperativa com a Verdade, condição apresentada como basilar para a existência do jornalismo. Como recomenda o autor, se a República se consagrou ao culto da mentira, à imprensa cabe a “idolatria à religião da Verdade” (1990, p 36).

³ Não negaria eu, decerto, quanto vai de temeridade em me alongar tanto quanto da medida usual me tenho alongado, quando me abalanço a falar, como tantas vezes me tem acontecido, a multidões por três e quatro horas a reio (BARBOSA, 1990, p. 18).

Informações mentirosas ou distorcidas para serem apresentadas de modo sensacionalista sempre existiram na historiografia da imprensa. No entanto, no contexto em que a bolha da conectividade em rede, da ditadura do clique e dos equívocos no modelo de negócios do jornalismo on-line finalmente explodiu, mais do que nunca o pressuposto ontológico da verdade nas notícias vem sendo questionado.

O termo *fake news* extrapolou o universo de interpretes e profissionais da área. Se a teoria ainda restringe notícia ao contexto jornalístico, para o público que a consome e identifica, qualquer emissor é capaz de produzir notícias falsas, em uma reedição de um contrato comunicativo longamente estabelecido. Em uma tentativa de conter esse processo e fortalecer a credibilidade instituída, diversos veículos jornalísticos tradicionais tem se posicionado como os únicos atestadores da verdade factual – em oposição direta aos agentes comunicativos externos que circulam pelas redes sociais. “Se é falso, não é notícia”, dizem alguns. Ainda assim, desde o surgimento da imprensa moderna o enganoso, o duvidoso, o sensacionalista e a boataria encontraram seu espaço no jornalismo. Por vezes por conta de interesses políticos, mercadológicos ou para o cumprimento de agendas próprias dos administradores. A capacidade de apontar a veracidade caberia a qual outra instância que não a jornalística? E, se assim for, qual a pertinência deste jornalismo desobrigado com o imperativo de buscar o verdadeiro? Estas e outras perguntas movimentam debates contemporâneos fundamentados na mesma centralidade que Rui Barbosa: a ética e o compromisso do jornalismo nas sociedades livres.

Sentencia Rui Barbosa: “A imprensa é a vista da Nação” (1990, p. 20). Ocupa o papel dos olhos do País, através do qual ele é capaz de distinguir o bem e o mal que lhe afligem. “Sem vista mal se vive. Vida sem vista é vida no escuro, vida na soledade, vida no medo, morte em vida” (1990, p. 21). A riqueza da imagem simbólica é pungente. Perceba os verbos na descrição que se segue. Barbosa descreve que é graças aos olhos do jornalismo que o Brasil:

[...] Enxerga o que lhe malfazem, devassa o que lhe ocultam e tramam, colhe o que lhe sonégam, ou roubam, percebe onde lhe alvejam, ou nodoam, mede o que lhe cerceiam, ou destroem, vela pelo que lhe interessa, e se acautela do que a ameaça (BARBOSA, 1990, p. 20)

Ora, o verbo que se faz ação é um componente importante utilizado por Gilbert Durand, criador da Teoria Geral do Imaginário para caracterizar as manifestações de um regime de imagens. Isto é, um arranjo específico de imagens simbólicas que se dinamizam em torno de três universos míticos que já mencionamos anteriormente: o *heroico*, sob o regime diurno, e o *místico* e o *dramático* sob o regime noturno. Inspirado na reflexologia, Durand postula que cada um destes universos está vinculado a uma ação fundadora e a um gesto dominante. Os verbos aos quais recorre Rui Barbosa estão todos ligados ao enfrentamento entre aquilo que se revela e o que se escamoteia. Enxergar, devassar, perceber, medir, velar, acautelar. Verbos que se relacionam diretamente a um universo Heróico, cuja ação fundamental é a de *Distinguir* (DURAND, 2012).

Cabe atenção: heroico aqui não é sinônimo de bondoso ou justo. Ações vinculadas ao imaginário Heróico, em verdade, podem facilmente ser excludentes, estratificadas e inflexíveis. Este universo é antes uma estrutura engendrada pelo reflexo postural, ou seja, o ato de se colocar ereto e de pé. Ao fazer isso, o homem libera as mãos para agir e os olhos para distinguir. Procura, desta forma, separar bem e mal, mas também natureza e técnica; humano e não-humano; certo e errado, etc. Os entraves para a classificação tensionam este universo mítico aos seus limites.

Erguendo-se em direção ao céu, este regime do imaginário dito heroico vai se povoar com o simbolismo ascensional, do qual símbolos como a soberania uraniana e o chefe participam, junto com o simbolismo especular e suas derivações em torno da luz e do sol, do olho e do verbo (BARROS, 2014, p. 38)

A imagem do Olho é recuperada por Barros para descrever a fotografia: o olho do pai, a vista celeste de Urano que a tudo enxerga e percebe (2014). É nesta estrutura que Rui Barbosa guia seu texto, recorrendo à metáfora para construir sua imagem de jornalismo. Mais do que a visão, este pode ser ainda um “cristal”, ampliando a clarividência da mensagem (BARBOSA, 1990, p. 14).

No entanto, caso este jornalismo heroico, esta imprensa livre, isenta e moralizada de que fala Barbosa, seja corrompida, deixa-se tomar pela obscuridade, e tem suas lentes turvadas. Se há algo capaz de macular o jornalismo, este algo é a Política e aquilo que sobre ela constela: o poder – seja econômico, de direito ou de fato.

Rui Barbosa critica abertamente o governo do presidente Campos Salles (1898 e 1902), acusado de subornar jornalistas para que publicassem apenas notícias favoráveis ao seu mandato. Revolta-se contra esta prática que, sendo incapaz de consumir toda a boa imprensa, orienta-se para apodrecer algumas das maçãs para com elas estragar o saco todo. Se isto ocorrer, diz o autor, nada haverá de mais nefasto do que a própria imprensa na transposição do seu papel (1990, p. 22). O grande prejudicado seria então a Nação, o povo brasileiro.

“O poder não é um antro: é um tablado. A autoridade não é uma capa, mas um farol. A política não é uma maçonaria, e sim uma liça”, conclama o autor (1990, p. 49). No entanto, não é esse ideal luminoso que a prática faz emergir. A política não é feita no tablado, mas na alcova. Há um tensionamento a partir do universo mítico dramático, que se engendra tendo a rítmica sexual como ação fundamental. As ações da política não se dão às claras, mas de boca em boca, ouvido em ouvido, sussurro em sussurro, corrompendo jornalistas, “endeusando os seus emporcaldadores, e atassalhando com ultrajes inauditos os seus homens de honra” (1990, p. 26). Invadem o texto as imagens de sujeiras, de podridão. É a “lepra, com que a política dos nossos dias está grassando o jornalismo brasileiro” (1990, p. 36), os miasmas que cegam o país (1990, p. 22). É a descida dos céus, o princípio da queda. Aí está a dinâmica do imaginário, onde universos míticos coexistem e se enfrentam o tempo todo.

Rui Barbosa não usa esse termo, mas também trata de uma Era de Ouro do jornalismo. Um momento em que esta imprensa solarizada não sofria as tentações do poder e nem a própria política descia à tamanha baixeza. “No Brasil, a Monarquia não padeceu, sensivelmente, desse vício. Mas a República (...) simpatizou com esses modelos” (1990, p. 24). Em determinado momento, Barbosa recupera o antigo ditado popular: *Em pessoa de cetro não há vício secreto*. Antes, diz ele, o cetro era uso exclusivo da monarquia, que estava ciente da transparência necessária à vida pública. Hoje, na democracia, todos usam o cetro, mas não compartilham do mesmo pressuposto (1990, p. 49). O cetro, assim como o olho, é também uma imagem simbólica ligado ao universo heróico durandiano, relativo à elevação (DURAND, 2012). Mais uma vez é a *distinção* que fala: entre o nobre e o plebeu, entre o justo e o injusto.

4. Considerações Finais

Percebe-se, de início, que nesta obra considerada um dos clássicos fundadores para a epistemologia do jornalismo no Brasil, há uma predominância de imagens positivas: ligadas à pureza, à luz, à clarividência. Quando estas imagens são perturbadas, a corrupção vem de fora para dentro. A priori, da Política – ou, mais especificamente neste caso, da República.

Se antes o jornalismo era tido como a vista da nação, que a permitia identificar inimigos, hoje ele próprio se tornou inimigo a ser questionado e desacreditado, haja vista a insistência de políticos demagogos de todo o mundo de sequestrar fatos e imbuir no público a dúvida⁴. Na defesa destes, as entrevistas jornalísticas são sempre “editadas” ou enviesadas, os vídeos e fotos montagens ou descontextualizações. O fato perde lugar na discussão sobre quem detém a posse do “cetro” da verdade.

A imprensa, obviamente, não é isenta e colhe erros do passado, mas não apenas isso. O processo de crise e queda de credibilidade perpassa também o âmbito do imaginário, quando em algum momento essa constelação de imagens heroicas que cercava o jornalismo se desbastou e desencantou.

Em que momento isso ocorreu? Será que poderíamos dizer o mesmo de uma obra cultural contemporânea? Será que em algum momento a miopia do jornalismo especular terá sido percebida como fruto de perversões internas ao campo? São problemáticas que tornaremos a investigar.

Referências

ALVES, P. C; RABELO, M. C. Significação e metáforas na experiência da enfermidade. In RABELO; ALVES; SOUZA. **Experiência de doença e narrativa**. Rio de Janeiro: FIOCRUZ, 1999.

ANDERSON, C.W; BELL, Emily; SHIRKY, Clay. **Post-Industrial Journalism** – Adapting to the Present. New York: Tow Center, 2012. Relatório. Disponível em <http://bit.ly/postindjorn>. Acesso em 31 jul. 2018.

⁴ Ver, por exemplo, *Como Trump sequestrou os fatos e os travestiu de fake news*. Publicado pela revista Época em 12 jan. 2018. Disponível em: <https://epoca.globo.com/mundo/noticia/2018/01/como-trump-sequestrou-os-fatos-e-os-travestiu-de-fake-news.html>

ARAÚJO, Alberto Felipe. Da mitocrítica à mitanálise: um contributo metodológico em educação. In: ARAÚJO, A. F.; GOMES, E. S.; ALMEIDA, R. **O mito revivido**. A mitanálise como método de investigação do imaginário. São Paulo: Képos, p. 17-54, 2014.

BARBOSA, Rui. **A imprensa e o dever da verdade**. São Paulo: Com-Arte; Editora da Universidade de São Paulo, 1990, 80 p.

BARROS, Ana Taís Martins Portanova. Fotografia, olho do pai. In: BONI, Paulo César. **Fotografia: usos, repercussões e reflexões**. Londrina: Midiograf, 2014.

BOND, Fraser. **Introdução ao jornalismo**: Uma análise do quarto poder em todas as suas formas. 2ªed . Rio de Janeiro : Agir, 1962.

BRUNS, Axel. Gatewatching, not gatekeeping: Collaborative online news. Media International Australia Incorporating Culture and Policy. **Quarterly Journal of Media Research and Resources**, vol. 107, pp. 31-44, 2003.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. Rio de Janeiro: Paz e Terra 2000, 4. ed.

CHARRON, Jean; BONVILLE, Jean. **Natureza e transformação do jornalismo**. Florianópolis: Insular, 2016.

CORBIN, Henry. **Mundus imaginalis or the imaginary and the imaginal**. Paris, 1972. Disponível em http://www.bahaistudies.net/asma/mundus_imaginalis.pdf. Acesso em 02 abr. 2017.

DURAND, Gilbert. **As estruturas antropológicas do imaginário**: introdução à arquetipologia geral. São Paulo, Martins Fontes, 2012. 4 ed.

GENRO FILHO, Adelmo. **O segredo da pirâmide**: para uma teoria marxista do jornalismo. Florianópolis: Insular, 2012.

LEVY, Pierre. **Cibercultura**. Rio de Janeiro: Editora 34, 2003.

MARCONDES FILHO, Ciro. **a saga dos cães perdidos**. São Paulo: Hacker, 2000.

MEDINA, Cremilda. **A arte de tecer o presente**: narrativa e cotidiano. São Paulo: Summus Editorial, 2003.

MELO, José Marques de. **História do Pensamento Comunicacional**, São Paulo: Paulus, 2003.

MEYER, Philip. **Os jornais podem desaparecer?** São Paulo: Contexto, 2007.

NY TIMES. **Innovation report**. New York: New York Times, 2014.

PETERSON, Theodore. The Social Responsibility Press. In: SIEBERT, F; PETERSON, T.; SCHRAMM, W. **Four theories of the press**: the authoritarian, libertarian, social responsibility, and Soviet communist concepts of what the press should be and do. Illinois: Urbana University of Illinois Press, 1956.

RAMONET, Ignacio. **A explosão do jornalismo**. Das mídias de massa à massa de mídias. São Paulo: Publisher Brasil, 2013.

RICOEUR, Paul. **Teoria da Interpretação**. Porto, Portugal: Porto Editora, 1995.

SOUSA, Jorge Pedro. **Elementos de teoria e pesquisa da comunicação e dos media**. Porto: Edições Universidade Fernando Pessoa, 2006.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo**: a tribo jornalística / uma comunidade interpretativa internacional. 2.ed. Florianópolis: Insular, 2008.

TRASEL, Marcelo R. **Entrevistando planilhas**. Estudo das crenças e do ethos de um grupo de profissionais de jornalismo guiado por dados no Brasil. Tese (Doutorado). Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, 2014.

WHITE, David Manning. The "Gatekeeper": A case study in the selection of the selection of news. In: **Journalism Quarterly**, vol. 27, n. 4. P. 383-390, 1950