

UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO
MESTRADO EM COMUNICAÇÃO E CULTURAS MIDIÁTICAS

IMAGINÁRIOS SOBRE A LÍNGUA NAS NARRATIVAS JORNALISTICAS DA
REVISTA VEJA

BRUNO RIBEIRO NASCIMENTO

João Pessoa

2014

N244i Nascimento, Bruno Ribeiro.

Imaginários sobre a língua nas narrativas
jornalísticas da revista Veja / Bruno Ribeiro

Nascimento.- João Pessoa, 2014.

149f. : il.

Orientador: Wellington José de Oliveira Pessoa

Dissertação (Mestrado) - UFPB/CCHLA

1. Comunicação. 2. Mídia e cotidiano. 3.

BRUNO RIBEIRO NASCIMENTO

IMAGINÁRIOS SOBRE A LÍNGUA NAS NARRATIVAS JORNALISTICAS DA
REVISTA VEJA

Dissertação apresentada ao Programa de Pós Graduação em Comunicação da Universidade Federal da Paraíba, área de concentração Comunicação e Culturas Midiáticas, como requisito parcial para obtenção do Grau de Mestre em Comunicação.

Linha: Mídia e Cotidiano.

Orientador: Prof. Dr. Wellington José de Oliveira Pereira

João Pessoa

2014

BRUNO RIBEIRO NASCIMENTO

IMAGINÁRIOS SOBRE A LÍNGUA PORTUGUESA NAS NARRATIVAS
JORNALISTICAS DA REVISTA VEJA

Dissertação apresentada ao Programa de Pós Graduação em Comunicação da Universidade Federal da Paraíba, área de concentração Comunicação e Culturas Midiáticas, como requisito parcial para obtenção do Grau de Mestre em Comunicação.

Linha: Mídia e Cotidiano.

Aprovado em: 25/08/2014

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Wellington Pereira – PPGCOM/UFPB (orientador)

Prof. Dr. Cláudio Paiva – PPGCOM/UFPB (examinador interno)

Prof^a. Dr^a. Eunice Simões Lins Gomes – PPGCR/UFPB (examinador externo)

Para Emanuely Dias

Agradecimentos

Ao *Logos* que era no princípio, por intermédio do qual foram feitas todas as coisas e sem o qual nada que existe teria sido feito.

A minha mãe Mônica por ter me ensinado a gostar de ler, esforçando-se sempre para comprar as revistas *Herói*, *Cavaleiro do Zodíaco*, *Chico Bento*, *Mundo Estranho* e *Placar* na minha infância e adolescência.

A meu irmão Breno por todas as aventuras que já passamos juntos.

A minha irmã Vanúbia, por ser minha irmã.

A Juninho que mesmo com as quatro guerras mundiais diárias proporcionadas pelo “vá comer”, “vá dormir”, “vá fazer a tarefa” e “vá tomar banho”, ainda assim é uma criança-irmão exemplar.

A Emanuely Dias, de quem fiquei noivo no processo de escrita e pela parceria e amor desses últimos cinco anos.

A meu pai Waldênio que me ensinou a amar e a acompanhar futebol quando eu ainda nem sabia que o São Paulo era o melhor time do mundo.

A meu outro pai Fernando que eu desconfio que seja um astral superior (mesmo eu não acreditando que isso exista).

A meu avô André por ser o melhor cristão que já conheci.

A minha avó Linda que escondia meus brinquedos nas caixas.

Aos meus excelentes amigos Gyl, Rayo, Genilda, Werto, Damião, Gelvanela, Vanedja e Felipe. Aos meus amigos Facebookianos Matheus Cardoso e o grande Gilson. Aos meus amigos que sempre perguntavam a data de defesa como Felipe, Mel e Leonado.

A minha ótima turma de mestres: Marcelo, Siméia, Emanuella, Renata, Poliana, Júnia (e Júnior), Livia, Gabi, Patrícia, Andréa, Sérgio Allah, Joelma, Vicente, Tarci, Andrezza, Ana, Graydson e todos os outros que me deram o privilégio de dividir experiências do mestrado nos últimos dois anos.

Ao GRUPECJ, que me mostrou os caminhos da pesquisa no cotidiano.

Ao professor Wellington Pereira, que foi meu orientador e aos professores Claudio Paiva e Eunice Simões, que gentilmente aceitaram o convite de participar da banca.

A CAPES, pela bolsa de estudo nos últimos dois anos e aos impostos que possibilitaram isso!

A ABNT que em sua última norma afirma que a dedicatória fica totalmente a critério do autor.

*Numa folha qualquer eu desenho um sol
amarelo/ E com cinco ou seis retas é fácil
fazer um castelo/ Corro o lápis em torno
da mão e me dou uma luva/ E se faço
chover, com dois riscos tenho um guarda-
chuva/ Se um pinguinho de tinta cai num
pedacinho azul do papel/ Num instante
imagino uma linda gaivota a voar no céu.*

Touquinho

*O coração tem razões que a própria razão
desconhece.*

Pascal

*Cada homem carrega a forma inteira da
condição humana.*

Montaigne

*Existem profundezas na alma humana que
só o rito pode atingir.*

Louis Jacobs

*Quando se trata da forma linguística,
Platão não se distingue do guardador de
porcos macedônio, ou Confúcio, do
caçador de cabeças selvagem de Assam.*

Edward Sapir

RESUMO

O objetivo deste trabalho é analisar as manifestações do imaginário sobre a língua em textos publicados pela Revista Veja entre 2000-2012. Foram identificadas e caracterizadas nove imagens sobre a linguagem e duas narrativas canônicas que atravessaram a publicação durante esse período de 12 anos e analisadas como elas dialogam com a dimensão simbólico-mítica da notícia. Englobou-se todo o conteúdo da revista, não fazendo distinção entre os diversos gêneros jornalísticos dos textos analisados. O *corpus* possui 16 matérias, dois textos em box e três entrevistas que tem por assunto algum tema relacionado à linguagem humana. No total, tem-se 21 textos da publicação. A seleção das matérias foi de natureza qualitativa. A técnica de pesquisa empregada para identificar como o imaginário sobre a língua se manifesta em Veja foi a mitocrítica, que visa depreender a partir de manifestações culturais de uma dada sociedade quais são os mitos diretores que estão por trás destas produções. A abordagem adotada nesta dissertação é fenomenológica, descrevendo as formas simbólicas das narrativas jornalísticas. Essa pesquisa é descritiva, do tipo documental. Enfatiza-se assim, a partir da Teoria Geral do Imaginário de Gilbert Durand, como os mitos se mostram concretamente nos textos sobre a língua da Revista Veja a partir de uma dialógica entre real e onírico, dimensão universal e dimensão particular, onde a capacidade imaginária do *sapiens* é preenchida por momentos históricos, sociais e culturais presentes na publicação, criando simbologias e mitologias próprias. Como pressuposto teórico foi adotado o trabalho simbólico da notícia (MOTTA, 2006), ao afirmar que os textos relatados diariamente pelos meios de comunicação jornalísticos não são apenas reflexos do cotidiano, ou uma representação do mundo, mas realizam uma experiência estética, fática e *diegética*, produzindo assim o “efeito narrativa” nas matérias e reportagens da imprensa. Como resultado do estudo foi possível perceber como as narrativas jornalísticas sobre a linguagem humana publicadas por Veja, enquanto produtores de sistemas simbólicos que reconstroem a realidade, não apenas relatam fatos, acontecimentos e episódios do cotidiano, mas também lançam mão de sentidos simbólicos, mitos e arquétipos que estão muito além da ‘informação pura e simples’.

Palavras Chaves: Notícia. Imaginário. Língua. Mito. Pós-Modernidade.

ABSTRACT

The objective of this study is to analyze the imaginary manifestations about the language in texts published by *Veja* magazine between 2000-2012. Nine images about language and two canonical narratives were identified and characterized that cross the publication during this period of 12 years and analyzed how they dialogue with the symbolic and mythic dimension of the news. Covered up all the magazine content, making no distinction between the various journalistic genres of texts analyzed. The corpus has 16 reports, two boxing texts and three interviews which is subject any topic related to human language. In total, has 21 published texts. The selection of materials was qualitative in nature. The research technique used to identify how the imaginary about the language is manifested in *Veja* was *mitocrítica*, which aims to infer from cultural manifestations of a society which are the directors myths behind these productions. The approach adopted in this work is phenomenological, describing the symbolic forms of journalistic narratives. This research is descriptive, the document type. It is emphasized as from the General Gilbert Durand Imaginary Theory, as the myths are shown specifically in the texts on the language of *Veja* magazine as from a dialogue between real and dream, universal and particle, where the imaginary capacity sapiens is filled with historical, social and cultural moments present in the publication, creating their own symbols and mythologies. The theoretical assumption adopted was symbolic work of news (MOTTA, 2006), stating that the texts reported daily by the journalistic media are not just reflections of everyday life, or a representation of the world, but perform an aesthetic experience, factual and diegetic, thus producing the "narrative effect" in the news and press reports. As a result of the study was possible to see how the journalistic narratives about human language published by *See*, as a holder of symbolic systems that reconstruct reality, not just report facts, events and everyday episodes, but also resort to symbolic meanings, myths and archetypes that are far beyond 'pure and simple information'.

Key Words: News. Imaginary. Language. Myth. Post Modernity

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1	97
Figura 2.....	99
Figura 3.....	101
Figura 4.....	104
Figura 5.....	106
Figura 6.....	109
Figura 7.....	110
Figura 8.....	112
Figura 9.....	113
Figura 11.....	116
Figura 11.....	121

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	12
MÉTODOS.....	14
I APROXIMAÇÕES ENTRE IMAGINÁRIO E COTIDIANO	21
1.1. HOMO MYTHOLOGICUS NA PÓS MODERNIDADE	21
1.1 PÓS MODERNIDADE E A NOOSFERA	33
1.2 MOVIMENTOS DO IMAGINÁRIO DE GILBERT DURAND.....	45
II O IMAGINÁRIO NO FENÔMENO JORNALÍSTICO.....	54
2.1 QUANDO O <i>HOMO MYTHOLOGICUS</i> ENCONTRA A MÍDIA	54
2.2 O JORNALISMO E A CONSTRUÇÃO SOCIAL DA NOTÍCIA	65
2.3 A EXPERIÊNCIA SIMBÓLICA DA NOTÍCIA	76
III IMAGINÁRIO SOBRE A LÍNGUA NA REVISTA VEJA.....	86
3.1 A LÍNGUA DA VEJA.....	86
3.2 MOVIMENTOS DOS IMAGINÁRIOS SOBRE A LÍNGUA EM <i>VEJA</i>	96
3.3 VEJA, NOTÍCIA E IMAGINÁRIO	128
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	139
REFERÊNCIAS	142

INTRODUÇÃO

O objetivo desta pesquisa é analisar as manifestações do imaginário sobre a língua em textos publicados pela Revista *Veja* entre 2000-2012. Dessa forma, respondemos ao longo dessa dissertação a seguinte questão central: quais imagens sobre a língua estão presentes no texto jornalístico da revista *Veja*?

A fim de conseguir dar conta dessa questão, percebemos como as narrativas da mídia, em especial, as narrativas jornalísticas de *Veja*, trouxeram em sua essência pré-configurações simbólicas, categorias mitológicas e arquetípicas sobre a língua, como se o jornalista fosse diariamente ao cotidiano para preencher seus “moldes ontológicos ou epistemológicos” com as categorias narrativas que pertencem ao *mythos* (GONZAGA, 2003). As notícias trazem ao *homo sapiens* não apenas realidades históricas e culturais, mas também mitos, símbolos e imagens que fazem parte do imaginário dos jornalistas, leitores, entre outros.

O *mythos* dialoga com a realidade concreta do *sapiens-symbolicus*. Ele é enraizado nas condições sociais em que vive o *Homo* e se manifestará de diferentes maneiras, dependendo e dependente das diferentes condições em que está situado o ser humano. Numa sociedade onde os meios de comunicação são extensões do homem (MCLUHAN, 2007), os mitos e o imaginário serão passados e repassados, discutidos, criados e recriados, fortalecidos e contestados, normalizados e normatizados, perpetuados e perpetrados pelos meios de comunicação social.

Assim, como o foco desta dissertação está na relação entre jornalismo e imaginário, percebemos como ambas dialogam concretamente nos textos da Revista *Veja* quando o assunto é a linguagem humana, tendo como norte o olhar proporcionado pela Teoria Geral do Imaginário de Gilbert Durand e pelo trabalho simbólico da notícia de Motta (2006). Durante todo nosso trajeto, exploramos como o *sapiens* vive na tensão entre uma realidade presente e uma realidade ausente, entre o *mythos* e o *logos*, entre a razão e a emoção, entre o presente do texto jornalístico e os mitos que ele lança mão a fim de contar uma história.

Esta pesquisa está dividida em quatro partes. Na primeira, traçamos nosso percurso metodológico, procurando descrever o caminho que tomamos na nossa análise. Nosso *corpus* possui 16 matérias, dois textos em box e três entrevistas que tem por assunto algum tema relacionado à linguagem humana. No total, tem-se 21 textos da publicação. A seleção das matérias foi de natureza qualitativa.

A abordagem adotada nesta dissertação é fenomenológica descrevendo as formas simbólicas das narrativas jornalísticas. Essa pesquisa é descritiva, do tipo documental.

Descritiva porque descrevemos as manifestações do imaginário sobre a linguagem humana que aparecem na revista a partir dos textos impressos do período de análise. É documental porque nossas fontes de informação são os documentos.

A técnica de pesquisa empregada para identificar como o imaginário sobre a língua se manifesta em *Veja* foi a mitocrítica, método criado por Durand que visa depreender a partir de manifestações culturais de uma dada sociedade quais são os mitos diretores que estão por trás destas produções.

Na segunda parte, percebemos como o trajeto antropológico (DURAND, 2012) dialoga com o *homo sapiens* na pós modernidade, expondo conceitos chaves da Teoria Geral do Imaginário como noosfera, pós modernidade, *scheme*, arquétipo, símbolo, mito, imagem e imaginário. A parte três procurou apontar os eixos de conexão entre jornalismo e a Teoria Geral do Imaginário. Uma vez que a notícia é um processo simbólico, procuramos percebermos como a narrativa jornalística é ao mesmo tempo *logos* e *mythos*, narrando não apenas o contemporâneo, mas também imergindo no universo mítico do *sapiens*.

Ressaltamos o trabalho simbólico da notícia (MOTTA, 2006), onde identificamos como os textos relatados diariamente pelos meios de comunicação jornalísticos não são apenas reflexos do cotidiano, ou uma representação do mundo, mas realizam uma experiência estética, fática e *diegética*, produzindo assim o “efeito narrativa” nas matérias e reportagens da imprensa e recorrendo ao imaginário a fim de construir uma narrativa jornalística.

Por fim, tomando como viés nosso aporte teórico, fizemos uma análise das matérias de *Veja* que tem como tema principal a linguagem, percebendo como elas concretizam o diálogo descrito nas partes dois e três.

Na nossa pesquisa, conseguimos identificar nove imagens que se repetiam de forma obsessiva na revista. São elas: (a) língua perene, (b) língua e os olímpianos, (c) língua, heróis e vilões, (d) língua e paraíso, (e) língua e babel, (f) língua e pentecostes, (g) língua e ciência, (h) língua e humanidade e (i) língua e sociedade. Esses nove mitemas giram em torno de duas narrativas canônicas: (a) no primeiro conjunto de imagens a língua está ligada ao sucesso profissional; (b) no segundo conjunto de imagens as grandes questões sobre a linguagem são respondidas pela autoridade da ciência.

Como resultado do estudo foi possível perceber como as narrativas jornalísticas sobre a linguagem humana publicadas por *Veja*, enquanto produtores de sistemas simbólicos que reconstroem a realidade, não apenas relatam fatos, acontecimentos e episódios do cotidiano, mas também lançam mão de sentidos simbólicos, mitos e arquétipos que estão muito além da ‘informação pura e simples’.

MÉTODOS

O objetivo principal deste estudo é analisar as manifestações do imaginário sobre a língua em textos publicados pela Revista Veja entre 2000-2012¹. Identificamos quais imagens Veja lança mão e como elas se manifestam em suas narrativas quando a revista tem por tema a linguagem humana.

Um dos primeiros nortes de nossa pesquisa se deu no campo do imaginário. Para isso, fizemos um retorno à herança primeva da humanidade – aos arquétipos, símbolos e mitos que acompanham a trajetória humana desde o começo dos tempos, “naqueles dias”, *in illo tempore* (ELIADE, 1992) e que se manifestaram concretamente nas mais diferentes culturas, lugares e épocas. No campo da comunicação, o imaginário vem se tornando uma das noções chaves para um entendimento compreensivo (MAFFESOLI, 2010) que conecte as varias dimensões e variantes dos fenômenos comunicacionais. “É o imaginário o lugar dos entre saberes, o tecido conjuntivo que liga as disciplinas entre si” (BARROS, 2010, p. 127).

Nesse sentido, caminhamos pela Teoria Geral do Imaginário do antropólogo e filósofo francês Gilbert Durand, principalmente no que ele denominou de mitodologia. Esse procedimento metodológico visa analisar como a matriz arquetípica do *homo sapiens* se manifesta concretamente na realidade sócio-histórica.

Na perspectiva de Durand, o imaginário tem uma dimensão universal e uma dimensão particular, onde a capacidade imaginária do *sapiens* é preenchida por momentos históricos, sociais e culturais particulares, criando simbologias e mitologias próprias. Dessa forma, esse processo acontece pela “*incessante troca que existe ao nível do imaginário entre as pulsões subjetivas e assimiladoras e as intimações objetivas que emanam do meio cósmico*” (DURAND, 2012, p. 41)².

De acordo com Mello (1994, p. 45), essa nova orientação epistemológica, “fugindo aos cânones da ‘moderna ciência ocidental’, sedimentada pelo cartesianismo e pelo positivismo comtiano [...] emerge como uma tentativa de abordagem científica que considera o elemento espiritual e coletivo na concretude da realidade mediada”.

Por isso, e é importante que se diga logo no início, essa pesquisa não objetivou, como lembra Patai (1974, p. 16), constatar uma “sobrevivência do passado no presente” ou uma

¹ A escolha do período a ser analisado, entre 2000-2012, se deve ao fato de que 2012 foi o ano que ingressei no Programa de Pós Graduação em Comunicação e Culturas Midiáticas (UFPB). O objetivo era analisar os textos sobre a linguagem em *Veja*, começando em 2000 até o que havia sido publicado recentemente sobre o assunto.

² Nesse trabalho, com exceção de indicação contrária (ex: grifos nosso), o itálico está presente nas citações originais.

“herança [...] do passado” nos produtos jornalísticos da atualidade, mas sim dialogar com “o exame das forças e processos mitopoéticos vivos que atuam em nossa sociedade” e que “resultam de um vivo e real dinamismo psicossocial, que opera na psique do homem moderno em grau tão intenso quanto aquele em que operou em gerações do passado remoto”.

Essa observação é importante porque, nessa dissertação, o imaginário não foi o objeto de estudo em si, mas um ponto de vista, uma perspectiva, uma dimensão a ser explorada nos estudos da comunicação (BARROS, 2010) e do jornalismo. Uma vez que “o imaginário tudo contamina” (MAFFESOLI, 2001, p. 78), atravessando todas as produções humanas, é possível percebê-lo empiricamente, detectando-o nas suas mais diversas manifestações simbólicas que, no nosso caso, se manifestou dentro das narrativas jornalísticas da revista *Veja*. Nesse estudo, trabalhou-se o imaginário como um paradigma (KUHN, 2006) a fim de fazer uma análise dos textos jornalísticos.

Nossa trajetória pelos estudos do imaginário seguiu a dialógica passado e presente, temporalidade mítica e temporalidade cronológica, matrizes arquetípicas e contextos sócio-histórico-culturais, olhado para trás e ao mesmo tempo para frente, ou para empregar as palavras de Durand (2012, p. 41), vamos buscar uma “*gênese recíproca* que oscila do gesto pulsional ao meio material e social e vice-versa”.

A Teoria Geral do Imaginário ajuda a entender a convivência entre o *logos* e o *mhytos* nas notícias jornalísticas. Ambos os termos foram empregados ao longo do nosso texto a fim de melhor compreendermos como se dá a interação entre a racionalidade e o imaginário. Através desse movimento, é possível analisar como as narrativas de *Veja* tratam a língua através de uma interação entre as matrizes arquetípicas do *sapiens* e os contextos sócio-histórico-culturais, entre o patrimônio imaginário da humanidade e a história, buscando perceber como a “estrutura de um mito está sempre preenchida pela raça, pelo meio e pelo momento” (DURAND, 1996, p. 97).

A dialógica entre jornalismo e teorias do imaginário se faz importante porque, como uma prática fortemente arraigada no cotidiano, produtor de sistemas simbólicos que reconstroem a realidade, as narrativas jornalísticas vêm se tornando cada vez mais “o *lócus* fecundo de observação desses vestígios imaginais, uma vez que as notícias trazem para a vida cotidiana toda a diversidade do mundo, da política, e economia à arte e entretenimento, incluindo as próprias ocorrências ordinárias, do dia a dia” (SILVA, G. 2010, p. 249).

Ressaltamos que ao falar sobre imagens não estamos nos referindo necessariamente à representação visual de uma matéria jornalística impressa, como as fotografias e as ilustrações. Apesar de esses signos serem importantes, entendemos imagens aqui como

constituintes das “manifestações sensíveis ou afetivas do abstrato e do figurativo, construções mentais de caráter metafórico que derivam do imaginário” (MAIA, 2011, p. 20).

A partir do diálogo entre imaginário e jornalismo, seguimos a hipótese de Motta (2006) sobre o trabalho simbólico da notícia, onde o autor afirma que os textos relatados diariamente pelos meios de comunicação jornalísticos não são apenas reflexos do cotidiano ou uma representação do mundo, mas realizam uma experiência estética, fática e *diegética*, produzindo assim o “efeito narrativa” nas matérias e reportagens. Como narrador, o jornalista lança mão de matrizes arquetípicas pré existentes, provenientes do imaginário, a fim de tecer as notícias e de narrar às reportagens.

Para Motta (2008), é possível encontrar nas notícias tanto o “efeito de real”, uma tentativa objetiva de descrição do mundo, quanto os vários “efeitos poéticos”, que ajudam o leitor a reconstruir narrativamente a história com o auxílio dos arquetípicos, símbolos e mitos.

Dessa forma, a partir da análise dos textos da revista Veja, foi possível perceber como as narrativas jornalísticas não apenas relatam fatos, acontecimentos, episódios do cotidiano sobre a linguagem humana, mas também lançam mão de sentidos simbólicos, mitos e arquétipos que estão muito além da ‘informação pura e simples’. O imaginário nos ajudou a detectar “até onde a história se impõe através da força dos acontecimentos reais e até onde ela se confunde com as fantasias, ilusões e utopias que permeiam a realidade e ganham espaço no noticiário” (MOTTA, 2002a, p. 26).

Nenhuma cobertura jornalística dos fatos [...] se explica apenas pelo histórico-racional, nenhuma delas aconteceria como aconteceu nem alcançaria a repercussão que tiveram nas páginas dos jornais apenas por causa das relações materiais envolvidas. Todos contêm elementos que transcendem a um plano supranatural, todos possuem um nível simbólico, místico, mítico, utópico. Assim, as nossas notícias são a nossa realidade insólita (MOTTA, 2002a, p. 30).

A abordagem adotada nesta dissertação é fenomenológica descrevendo as formas simbólicas das narrativas jornalísticas. Essa pesquisa é descritiva, do tipo documental. Descritiva porque descrevemos as manifestações do imaginário sobre a linguagem humana que aparecem na revista a partir dos textos impressos do período de análise. É documental porque nossas fontes de informação são os documentos.

Além disso, a fim de detectar como se deu o estreito vínculo entre as narrativas jornalísticas da revista Veja e o mito, nós lançamos mão de uma técnica de pesquisa desenvolvida por Durand (1985, 1996) chamada mitocrítica. Ela visa depreender a partir de manifestações culturais de uma dada sociedade, como obras literárias, documentos, relatos e

narrativas de modo geral, quais são os mitos diretores que estão por trás destas produções, de modo patente ou latente.

Assim, a mitocrítica faz uma “caça ao mito”, ou seja, ela rastreia as imagens simbólicas em obras culturais, tanto escritas quanto orais – preferencialmente a um conjunto de textos³ de uma época ou de um autor. Para Durand (1996), o *sermos mythicus*, ou seja, a concretização discursiva do mito é a matriz de todo discurso literário. “Forjei essa noção para significar o emprego de um método de crítica literária [...] que centra o processo de compreensão no relato de caráter ‘mítico’ inerente à significação de todo e qualquer relato” (DURAND, 1985, p. 252).

Como a mitocrítica faz uma análise de materiais de natureza simbólica, é possível adaptar esse método também as narrativas do jornalismo (MAIA, 2011) uma vez que ele é um “método válido para qualquer mensagem que emana do homem e não apenas para a mensagem literária enquadrada no código de uma língua natural” (DURAND, 1996, p. 145).

Esse recenseamento de imagens simbólicas procura identificar os mitemas, ou seja, os menores elementos de sentido do mito, o “‘átomo fundamentador’ do discurso mítico” (ARAÚJO e SILVA, 1995, p. 128), o *letimov* da narrativa que tendem a se intensificar, se precisar e tornar-se cada vez mais significativo à medida que se repete (MELLO, 1994), a menor unidade de discursos miticamente significativa (DURAND, 1985). O mitema, a menor unidade de composição da narrativa, pode ter como conteúdo um motivo, um tema, um objeto, um cenário, um emblema, uma situação (DURAND, 1985), sendo organizado a partir de um *quorum* de natureza estrutural ou arquetípica.

Sendo o mitema esse ‘ato mítico’ mínimo de natureza estrutural, ele define e organiza o mito a partir um *lócus* de unidades mínimas mitológicas que são apoiadas em redundâncias. Eles formam o núcleo central do mito, possibilitando a identificação e leitura desse último através da identificação das redundâncias obsessivas.

Essa repetição insistente se faz importante porque é a redundância a característica que separa o mito da narrativa demonstrativa e da narrativa narradora (DURAND, 1996). Quando se trabalha com imagens de natureza simbólica, o significado e significante de um símbolo são polissêmicos, de natureza aberta, flexíveis às várias interpretações. Mas é o conjunto de todos os símbolos, repetidos constantemente, que ultrapassam essa maleabilidade de sentidos em um símbolo qualquer.

³ O termo texto está sendo utilizado aqui para se referir a qualquer unidade de sentido nas mais diversas manifestações culturais em geral passíveis de aplicação da mitodologia (MELLO, 1994).

Essa repetição insistente não é tautológica, mas acumulativa, “comparável a uma espiral [...] que a cada repetição circunda sempre o seu foco, o seu centro” (DURAND, 1988, p. 17), possibilitando assim que os símbolos se harmonizem e se esclareçam mutuamente, uns através dos outros, a fim de penetrar um sentido único. “O mito repete e repete-se para impregnar, isto é, persuadir” (DURAND, 1988, p. 247).

A fim de identificar os mitemas dos mais diversos textos culturais e compreender sua relação com o todo na espiral mítica, a mitocrítica conduz o pesquisador a três momentos que foram sistematizados por Mello (1994):

1º) um levantamento dos ‘elementos’ que se repetem de forma obsessiva e significativa na narrativa e que constituem as sincronias míticas da obra; 2º) um exame do contexto em que aparecem, das situações e da combinatória das situações, personagens, cenários etc.; 3º) a apreensão das diferentes lições do mito (diacronia) e das correlações de uma tal lição de um tal mito com as de outros mitos de uma época ou um espaço cultural determinados (MELLO, 1994, p. 47).

Para Araújo e Silva (1995), a mitocrítica analisa o texto a partir de três eixos norteadores: (a) o sincrônico, ligado à estrutura universalizante e residual do mito, presente no substrato arquetípico humano e que se mantém nos textos através do tempo e espaço; (b) o diacrônico, dependente do contexto sócio-histórico; (c) e o isotópico, que revelará como esses dois últimos eixos se organizam a partir dos *schemes*, arquetípicos, símbolos e mitos numa estruturas antropológicas do imaginário (DURAND, 2012). Esses três níveis permitem assim identificar, nos textos jornalísticos, quais mitos impulsionam uma determinada narrativa. Durand (1996) costuma insistir nesse ponto metodológico a fim de aplicar a mitocrítica.

Se o arquétipo, para lá de qualquer espaço sociocultural, e para cá de qualquer tempo histórico, permanece como entidade constitutiva e formadora, numa espécie de firmamento antropológico, tal como os ‘genes’ da espécie *sapiens*, o mito – por definição, é uma derivação [...]. Dito de outro modo, se todo arquétipo é uma ‘concavidade’ inicial, qualquer mito não é mais do que o ‘enchimento’ das suas diversas e concretas lições [...]. Qualquer mito não é senão o conjunto das suas ‘lições’ [...]. O mito decompõe-se em alguns ‘mitemas’ indispensáveis que lhe conferem sincronicamente o sentido arquetípico, mas, diacronicamente, ele é apenas constituído pelas ‘lições’ [...] circunstanciadas por esse acolhimento, essa leitura muito particularizada (DURAND, 1996, p. 154-155).

Ao ler os textos da revista *Veja* sobre a linguagem humana, evidenciamos os mitemas que permeavam boa parte das matérias da publicação. Conseguimos identificar nove imagens que se repetiam de forma obsessiva na revista. São elas: (a) língua perene, (b) língua e os

olimpianos, (c) língua, heróis e vilões, (d) língua e paraíso, (e) língua e babel, (f) língua e pentecostes, (g) língua e ciência, (h) língua e humanidade e (i) língua e sociedade.

Os mitemas não são unidades isoladas, mas aparecem em “pacotes de relações” (ARAÚJO e SILVA, 1995), dando forma e sentido aos mitos regentes nas mais diversas manifestações culturais. Eles giram em torno de mitologemas, isto é, os grandes esquemas míticos que modulam os mitemas, numa situação mitológica. Os mitologemas ajudam a perceber a amplitude dos mitos que estão sendo analisados, a fim de não ficar restrito a um tópico, uma imagem ou a um texto particular (GOMES, 2011).

O mitologema é uma espécie de fio atemporal que liga os mitemas, sendo um esqueleto mais abstrato de uma situação mitológica (ARAÚJO e SILVA, 1995). Em nossa cultura, há uma grande quantidade de reservar mitológicas que ganharam outros nomes, outros conteúdos culturais, mas que possuem o mesmo mitologema dos antigos (DURAND *apud* ARAÚJO e SILVA, 1995). Ele é um esquema geral, menos redundante e mais abstrato que os mitemas, organizando em sequências simbólicas esse último.

Por fim, um último passo que daremos na mitocrítica é a da narrativa canônica, que consiste na sistematização do mito. Ele não diz respeito a um resumo dos textos, mas procura levar em consideração todas as lições de um mito, tentando apontar o modelo delas (GOMES, 2011). A partir das narrativas canônicas, é possível perceber em qual padrão os mitos estão organizados dentro das narrativas jornalistas de Veja.

Nossos nove mitemas giram em torno de duas narrativas canônicas que dão corpo a dois mitologemas: (a) no primeiro conjunto de imagens a língua está ligada ao sucesso profissional e a ascensão social; (b) no segundo conjunto de imagens as grandes questões sobre a linguagem, suas origens, a possibilidade de falar uma única língua, a resposta do porquê falamos como falamos, como a língua é algo exclusivo da humanidade, são respondidas pela autoridade da ciência.

O *corpus* de análise desta pesquisa são os textos sobre a linguagem humana publicados entre 2000-2012 na Revista Veja. A publicação foi escolhida por duas questões: (a) é a revista de maior circulação do país e (b) todos os seus textos estão disponíveis no Acervo Digital do site da revista – o que possibilita que sejam analisados tudo o que a revista publicou sobre a língua durante o período escolhido.

Como nosso interesse é perceber as manifestações do imaginário sobre a língua que estão presentes em Veja, analisando como acontece esse diálogo entre *logos* e *mythos*, tivemos que englobar todo o conteúdo da revista, não fazendo necessariamente distinção entre os diversos gêneros jornalísticos dos textos analisados, como reportagem, entrevista, colunas.

As matérias e capas de revistas que fazem referências a aspectos ligados à língua são poucas – seguindo uma tendência geral da imprensa brasileira que não fala muito sobre o assunto. Em 12 anos de análise, temos 16 matérias, dois textos em box e três entrevistas que tem por assunto algum tema relacionado à linguagem humana. No total, nosso *corpus* é constituído de 21 textos da publicação.

A seleção das matérias foi de natureza qualitativa, englobando o conteúdo como um todo, ou seja, percebendo não apenas o texto, mas também os signos, as foto-ilustração da revista⁴, não para analisá-las em si, mas para perceber como eles repetem as imagens que foram percebidas dentro das narrativas.

Fizemos uma pesquisa no acervo digital da revista a fim de selecionar os textos que seriam escolhidos para análise. Para isso, foram vistas todas as matérias de capas da revista entre 2000 e 2012 a fim de perceber quais falavam sobre a língua. Depois, foi feita uma pesquisa no buscador do acervo digital de Veja com vários termos específicos como “língua”, “normal culta”, “gramática”, “Noam Chomsky”, “Português”, “linguagem”, “línguas naturais”, entre outros, a fim de verificar quais matérias e entrevistas traziam textos relacionados à linguagem humana.

Este corte temporal de 12 anos se faz importante para nossos objetivos porque é capaz de abranger um grande número de mitemas que permeiam os textos e se repetiam constantemente quando a revista trata da linguagem. Assim, identificamos com segurança quais mitemas se repetem constantemente quando Veja fala sobre a linguagem humana, percebendo suas insistentes repetições e redundâncias ao longo das narrativas.

⁴ Conforme percebe Barzoto (1998), existe todo um processo de produção de sentido não apenas no texto em si, mas também em sua materialidade, ou seja, em como o texto jornalístico é concretizado no suporte, na forma que assume dentro de uma revista.

I APROXIMAÇÕES ENTRE IMAGINÁRIO E COTIDIANO

1.1. HOMO MYTHOLOGICUS NA PÓS MODERNIDADE

O projeto da modernidade e o do iluminismo fizeram o *homo* acreditar que ele podia ser exclusivamente *sapiens* e *faber*, razão e técnica, lógica e objetividade. O *homo* do iluminismo ou o *homo illuminatus* era um ser que acreditava ter por ‘razão de ser’ revelar os segredos do universo, subjugar à natureza, desvendar o mistério oculto do cosmo, aplicar seu saber na fabricação de ferramentas e tecnologias, expulsar os ídolos da superstição e credences que ainda insistiam em aparecer e finalmente encontrar a unidade de todas as coisas. Os rios da razão, da técnica e da ciência desaguariam no final de tudo na construção de um mundo melhor. Um futuro radiante, racional e seguro estariam à espera do *sapiens-faber*.

Essa era basicamente agenda do que Habermas classificou como “Projeto do Iluminismo”. Esse novo *homo illuminatus* dá seus primeiros passos com a percepção renascentista que elevou o ser humano ao centro da realidade através do resgate da cultura grega clássica (GRENZ, 2008). Depois, esse novo humano humanista vê uma Europa devastada pelas guerras religiosas, resultando e resultado de um cristianismo fragmentado, dividido em várias teologias antagônicas. Surgem assim o deísmo e o naturalismo como tentativas de procurar a unidade dentro de uma miríade de discussões teológicas e filosóficas (SIRE, 2009). Ambos são filhas do *logos* e reflexos da modernidade que estava nascendo.

Com o abandono do teísmo cristão, as noções de transcendência e de sobrenatural perderam seu lugar na modernidade. Assim, esse *homo* decide ser autônomo, ou seja, ser lei para si mesmo, não depender mais de uma divindade sagrada para guiar sua vida, nem de uma metanarrativa que tivesse por trás algum vestígio de sobrenatural – ou, no caso específico, ele não dependeria mais de quem fala em nome de uma divindade para guiar seu dia a dia, seja ela materializada numa instituição, num livro sagrado ou numa religião específica.

Esse *homo illuminatus* tentava ao máximo se desvencilhar do *homo mythologicus*. Como fruto do iluminismo, esse *homo* faz uma cisão entre fé e razão, natural e sobrenatural, *logos* e *mythos*. Para ele, o *mythos* estava com os dias contados. Cada vez mais era necessário uma luta pelo desencantamento do mundo, pelo afastamento das superstições que poderiam atrapalhar o conhecimento humano, pela tentativa de acreditar apenas no que fosse “provado” pela razão, pela desvalorização do subjetivo e do emocional⁵.

⁵ John Keats e William Wordsworth são poetas do romantismo inglês da primeira metade do século XIX cuja obra mostra uma reação a esse racionalismo excessivo e frio do Iluminismo. No poema *Lamia* (1820), Keats

O novo *homo illuminatus* não era mais a parte especial de uma criação de seis dias, mas uma engrenagem central da grande máquina-mundo. A razão, antes uma serva na tentativa de desvendar os segredos do Deus judaico-cristão, passou a ser juíza na busca pela compreensão do cosmo, ou seja, a revelação foi substituída pelo pensar como novo arbítrio da humanidade (GRENZ, 2008). Para eles, sai Deus entra a humanidade; sai a emoção, entra a razão; sai o *mythos*, entra o *logos*.

A crença moderna era que o conhecimento é algo inerentemente bom e positivo, dando por isso o monopólio do saber ao método científico. Essa fé no conhecimento era uma das principais características do período iluminista: a razão humana é central, capaz de medir e examinar um universo ordenado. Por isso, o pensar racionalmente é, em última instância, o juiz final de toda verdade. A máxima cartesiana, *Cogito Ergo Sum*, *Penso, logo existo*, talvez seja a melhor definição do Projeto do Iluminismo. Ou para dizer de outra forma, o *homo* moderno acreditava ser alguém puramente pensante, independente, autônomo, objetivo, lógico, racional, positivo e científico. Percebe-se que ciência é palavra *mor* desse moderno humano iluminado.

A concepção de ciência que encontramos popularizada no senso comum é fruto desse período. Ela afirma que o conhecimento científico começa com a observação. Qualquer pessoa, empregando seus sentidos de forma rigorosa e utilizando ferramentas adequadas pode fazer experimentos e obter um conjunto de dados. Na prática, ele pode perceber que um metal aquecido até a temperatura X sempre irá derreter ou que a água abaixo de Y° C sempre irá congelar.

Com os fatos adquiridos pela observação, o cientista formula leis e teorias que expliquem aquele dado fenômeno em condições universais, ou seja, dadas determinadas condições ambientais, o metal sempre irá aquecer e a água sempre irá congelar. O conhecimento da ciência é assim alcançado somente pela observação. Se os dados apontam para essa universalização, constrói-se uma teoria que sempre explicará essas informações. Os dados viriam antes das teorias. Se os dados não apontam para determinada concepção, as opiniões pessoais, conjecturas especulativas e suposições subjetivas devem ficar de lado a fim de dar lugar à objetividade racional.

Essa seria a forma da ciência se esquivar de noções mitológicas, lendárias e religiosas. As informações são colocadas dentro de uma caixa até que se ache uma teoria satisfatória que

escreveu: “Todos os encantos não se esvaem/ Ao mero toque da fria filosofia?/ Havia um formidável arco-íris no céu de outrora: / Vimos a sua trama, a textura; ele agora/ Consta do catálogo das coisas vulgares./ Filosofia, a asa de um anjo vais cortar,/ Conquistas os mistérios com régua e traço,/ Esvaziar as minas de gnomos, o ar de feitiço - / Desvendar o arco- íris [...].

explique todos os elementos. Por isso, o conhecimento científico seria seguro e confiável uma vez que é provado exclusivamente de forma empírica e objetiva.

Dessas crenças centrais que privilegiam o *sapiens* em detrimento do *mythologicus* surgem várias “agendas”: há uma tendência desse *homo* de perceber a realidade como um todo ordenado, partindo sempre para a universalização, procurando incluir tudo e o todo numa narrativa centralizadora; há uma crença de que as pessoas são iguais em toda parte do mundo e que as civilizações passam por estágios de desenvolvimento; há uma tentativa de se vê como um eu autônomo, livre, dependente das próprias pernas, ou melhor, da própria mente.

Toda essa “agenda”, para ele, ajudaria a humanidade na caminhada rumo ao progresso. Afinal, quanto mais a ciência, a tecnologia e a luz do conhecimento avançam, mais o mundo será um lugar melhor, menos sombrio, menos injusto, com menos trevas da ignorância ocupando-o. Como afirma Grenz (2008, p. 14), “a busca intelectual do ser humano elegera como seu objetivo revelar os segredos do universo para pôr a natureza a serviço do homem, criando assim um mundo melhor”.

Francis Bacon, René Descartes e Isaac Newton são os três grandes moduladores da mentalidade moderna. O primeiro afirmava que o *homo* deveria abandonar os ídolos, as falsas noções do saber, as servidões socioculturais que pesam sobre o conhecimento a fim de conhecer e dominar a natureza, dotando a humanidade assim de poder; o segundo fez do *homo* a união entre uma substância pensante unida a um corpo externo, separando o aqui dentro do lá fora, tornado o mundo cognoscível e inteligível pelo pensar; o terceiro descreveu as leis da gravitação universal em termos mecânicos, fazendo do mundo físico uma máquina regular e ordenada, que segue leis, regras e padrões estritos, possibilitando assim ser apreendida pela mente humana. Assim, “o ser humano moderno pode muito bem ser descrito como a substância autônoma e racional de Descartes, cujo habitat é o mundo mecanicista de Newton” (GRENZ, 2008, p. 14).

Outro importante mentor da mentalidade moderna, principalmente para nossos objetivos, é Augusto Comte. O método adotado pelo teórico francês, o positivismo, não aceita outra realidade que não seja a dos fatos. O chamado espírito positivo se opôs à filosofia iluminista que apenas criticava a sociedade. Para Comte, a preocupação da ciência deveria ser a de organização da comunidade. A filosofia positivista teria como objetivo não a destruição, mas a ordenação, ou como escrito no lema da nossa bandeira, “Ordem e Progresso”. O positivismo procurou oferecer uma orientação geral para a formação da sociologia, afirmando que a “física social” deveria proceder em suas pesquisas com o mesmo estado de espírito,

rigor e exatidão que dirigia outras ciências, como a astronomia, a química e a matemática (MARTINS, 1994).

A sociologia positivista deveria dedicar-se à busca dos acontecimentos constantes e repetitivos da natureza, como fazem as outras ciências. Ela deveria guiar o conhecimento sobre a sociedade humana para a certeza, a precisão, a realidade. Para Comte, a ciência estuda apenas acontecimentos que podem ser mensurados e observados.

A imaginação teria que ser subordinada à razão e à observação. Tudo deve ser submetido à razão, ter o seu porque, fornecer suas razões de ser. Influenciado pela tendência de totalização do Iluminismo, a filosofia positiva partia do pressuposto que tanto os fenômenos da natureza, quanto os da sociedade estavam regidos por leis fixas e invariáveis. Por isso, tudo deveria ser explicado, e por conseguinte, conceituado.

A ciência, nesse sentido, possibilitaria a construção de um mundo fundamentado na razão, e conseqüentemente, no progresso. Ao observar o mundo tal como ele é, o cientista positivo é capaz de vencer as guerras e conflitos que provavelmente são resultados de dogmas e mitos dos povos “pré modernos”, “supersticiosos” e “iludidos”.

O problema do projeto iluminista e da mentalidade positiva foi que o *homo* esqueceu de combinar com sua humanidade. O *homo illuminatus* não se deu conta que ele não era exclusivamente *sapiens-faber*, mas também *demens*, *ludens*, *mythologicus*, *religiosus* (MORIN, 2012b). O homem que veio depois da modernidade, o homem da pós modernidade, despertou de um grande sono dogmático, se dando conta de que não era apenas um ser puramente racional, uma cabeça fria e pensante, alguém que tinha como razão de ser o pensar e dominar o mundo, deixando o sensível, o afeto e o *mythos* de lado.

Esse despertar começou com a percepção de que as promessas que a agenda iluminista propôs não foram cumpridas: duas guerras mundiais demonstraram que a ciência e tecnologia não necessariamente estavam levando a humanidade para um futuro paradisíaco, nem que o conhecimento é algo intrinsecamente e inerentemente bom.

O conhecimento e a tecnologia podem ser empregados em outros sentidos – dependente muito de quem está com o botão na mão. A pós modernidade se dá conta de que ambos são, no mínimo, ambíguos. Como afirma Armstrong (2005, p. 112), “aprendemos que uma educação racionalista não redime a humanidade do barbarismo e que o campo de concentração pode se situar no mesmo bairro de uma grande universidade”. Assim, *Titanic*, *Auschwitz* e *Hiroshima* mostraram respectivamente que a tecnologia tinha suas fragilidades, que a ciência pode ser aplicada de forma letal e que as armas de destruição em massa podem aniquilar a vida no planeta.

Para Fernández-Armesto (2007), o racismo cientificamente justificado foi uma das maiores causas de opressão e morte na história da humanidade. Afinal, uma vez transvertida de ciência, ideias racistas foram justificadas no extermínio, vitimização e perseguição de alguns grupos por outros. E isso aconteceu na Europa da primeira metade do século XIX e durante o começo do século XX, ou seja, dentro dos países mais “avançados” em termos de conhecimento científico e em plena modernidade.

A sabedoria pós moderna percebe que os problemas da humanidade não necessariamente estavam relacionados apenas ao pouco conhecimento ou a falta de tecnologia. O progresso não necessariamente seria inevitável. O *homo* pós moderno vê que o desenvolvimento industrial trouxe muitos benefícios, melhorando significativamente a vida do *sapiens*, mas esse sucesso foi ambivalente.

Afinal, a mesma tecnologia que possibilita o deslocamento mais rápido, também colocou em risco a camada de ozônio e a vida sobre a terra. Nesse contexto, há uma consciência de que as utopias prometidas pela modernidade não estão sendo cumpridas, de que o mundo não necessariamente está se tornando um lugar melhor e de que o Paraíso que viria sobre a terra é apenas outro *mythos*.

A fantasia moderna de um mundo bom, ideal, livre das trevas, bem como as agendas que vinha na esteira, foi aos poucos sendo descartada. Por isso, para Grenz (2008), no âmago do *homo* pós moderno há uma resistência a agenda iluminista e um descarte consciente das premissas e pressuposições da modernidade.

Apesar da dificuldade de definir a pós modernidade enquanto um conceito sólido, definido, acabado, já que ele é difuso, sem forma, líquido (BAUMAN, 2001), convém traçar algumas tendências que perpassam a ambiência pós moderna. Para isso, é importante salientar que quando falamos de pós modernidade não estamos nos referindo a um tempo cronológico ou a uma posição/conceito que se possa facilmente demarcar, mas uma categoria de pensamento, uma forma de olhar e se guiar na realidade, ou o que Sire (2009) classifica como uma cosmovisão⁶.

O pós moderno não é exatamente um pós-alguma-coisa, um período cronológico que vem após a modernidade, um conceito que classificaria um tipo de sociedade, uma ideia que

⁶ A obra de Sire (2009) é um catálogo sobre cosmovisões. No livro, ele descreve oito que são proeminentes no Ocidente: Teísmo, Deísmo, Naturalismo, Niilismo, Existencialismo, Monismo Panteísta Oriental, Nova Era e Pós Modernismo. De acordo com o autor, cosmovisão é “*um comprometimento, uma orientação fundamental do coração, que pode ser expressa como uma história ou um conjunto de pressuposições (hipóteses que podem ser total ou parcialmente verdadeiras ou totalmente falsas), que detemos (consciente ou subconsciente, consistente ou inconsistentemente) sobre a constituição básica da realidade e que fornece o alicerce sobre o qual vivemos, movemos e possuímos nosso ser*” (SIRE, 2009, p. 16).

vem numa segunda-feira depois de uma modernidade que morreu no domingo. A pós modernidade é na realidade “o último movimento do moderno, o resultado de o moderno levar a sério os seus próprios compromissos e ver que eles falharam ao passar pelo teste de análise” (SIRE, 2009, p. 264).

Para Bauman (2001), a pós modernidade é uma intensificação da modernidade, ou seja, ela está relacionada com algumas atitudes que o *sapiens* desenvolve diante da modernidade tardia. Sendo assim, o que o autor chama de modernidade líquida não é necessariamente uma nova época na história humana, mas uma energização da modernidade, onde tendências presentes e potencializadas nessa última começam a surtir efeitos e aparecer aos poucos naquela primeira.

O *homo* pós moderno é na verdade o *homo* moderno se dando conta de que a humanidade não se esgota na agenda iluminista. A sabedoria pós moderna é mais consciente de seus limites, de suas incertezas, de suas fragilidades. Esse espírito pós moderno é “bastante humilde para proibir e bastante frasco para banir os excessos da ambição do espírito moderno. Ele apenas, por assim dizer, os coloca em perspectiva” (BAUMAN, 1998, p. 205). O *homo* pós moderno se dá conta de que ele não é apenas razão pura, um ser puramente pensante, nem que existe apenas antagonismo entre o *sapiens* e o *mythologicus*, mas também complementaridade, diálogo, dependência, conexão.

Na pós modernidade a habilidade de traçar fronteiras é algo complicado e difícil. Isso porque o ambiente pós moderno é saturado de informações provindos dos diversos meios de comunicação, tendo a tecnociência⁷ como uma das moduladoras do cotidiano. Esse excesso de dados, essa saturação da informação altera a sensibilidade do *sapiens*, fazendo com que ele procure cada vez mais modelar o mundo em que vive com imagens e signos. Como há uma pluralidade de informações, esse mundo construído é cada vez mais eclético, ou seja, há uma mistura de várias tendências, valores, práticas, realidades, em suma, uma bricolagem.

O indivíduo é assim constantemente atravessado por uma pluralidade de sentidos e de opções. A unidade fechada dá lugar à diversidade plural e aberta. O fixo e durável é um estranho nessa ambiência. Agora tudo é cambiante, tudo é escorrido, tudo muda, tudo é líquido. Há uma mistura, uma miscelânea, uma desordem, uma ausência de princípios norteadores. O *sapiens* caminha em meio a um espaço vazio, onde todos os caminhos parecem dar no mesmo lugar, ou em lugar algum.

⁷ A pós modernidade é dominada pela tecnociência, ou seja, a ciência e a tecnologia fazem parte do cotidiano de tal forma que dificilmente uma pessoa estaria imune a ambas (SANTOS, 2006). Chips, microcomputadores, placas eletrônicas, alimentos industrializados e processados, luz elétrica, carros e ônibus, celulares, meios de comunicação, caixa eletrônico e bancos, etc., a tecnologia está cada vez mais permeando nosso dia a dia.

Na modernidade líquida as coisas são sem forma, sem configuração, podendo acabar. Não há garantia de que elas permaneçam (BAUMAN, 2001). A ironia da pós modernidade, ou da modernidade líquida, é que a mesma ciência e tecnologia que possibilitou a utopia presente na agenda iluminista colocaram também a serviço do *homo* um potencial de imagens e signos que deteriorou aquela última.

À medida que a pedagogia científica faz da imagem um anátema, à medida que as necessidades do pragmatismo técnico parecem expulsar teoricamente do mundo moderno as potências da imagem para realizar por fim o destino positivista do Ocidente, é justamente nessa oportunidade que a ciência e a técnica põem a serviço do imaginário um enorme potencial de amplificação e de preenchimento da imaginação [...]. Hoje, o homem civilizado moderno é possuído, desde que acorda, por toda uma rede de imagens diante das quais seu único recurso é o de abandonar-se passivamente: mitos políticos, imagens geográficas distribuídas por algum jornalista obscuro mas todo-poderoso, mitos de violência e exaltação veiculados pelos romances policiais e as ‘histórias em quadrinhos’, imagens intimistas da canção e da música popular, a aparição diária nas telas de televisão [...] desses ‘ídolos’ de uma nova mitologia que são os artistas em voga, os ‘deuses do palco’, os locutores bem amados (DURAND, 1995, p. 31).

Nesse sentido, pode-se sugerir que a pós-modernidade é filha da modernidade, ou seja, é seu reflexo, seu movimento último, sua consequência natural. O excesso de imagens e informações geradas pela modernidade faz com que o *homo* tivesse consciência da pluralidade de possibilidades disponíveis no mundo. Como reflexo disso, enquanto a modernidade racional trabalha na base do ou-ou, a pós modernidade tem como paradigma o e-e-e (SANTOS, 2006), ou seja, enquanto o primeiro pensa a partir do modelo “ou é isto ou é aquilo”, no segundo, afirma-se que “é isso e aquilo e aquilo e aquilo outro”.

A sabedoria pós moderna tem dificuldade com o conceito, com a delimitação precisa, com as diferenças. Isso porque as tentativas de fazerem um modelo abstrato universal acabam apagando as diferenças reais. O conceito abstrato de casa produz e reproduz um modelo universal de casa apagando assim todas as diferenças entre as diversas casas existentes.

O espírito pós-moderno é inteiramente menos excitado do que seu adversário moderno pela perspectiva (deixada ao estímulo do impulso de agir assim) de cercar o mundo com uma grade de categorias puras e divisões bem delineadas. Ficamos um tanto menos horrorizados, hoje, com o repugnante hábito das coisas que se extravasam sobre as fronteiras e suas definições, ou mesmo pela premonição de que a demarcação de tais fronteiras, com algum grau de fidedignidade duradoura, desafia os esforços humanos. Estamos também aprendendo com a revelação de que não se pode articular tudo que se sabe, e de compreender – saber como proceder – nem sempre requer a disponibilidade de um preceito verbalizado (BAUMAN, 1998, p. 208).

Convém perceber que a sabedoria pós moderna vê de forma mais complexa a relação entre *mythos* e *logos*, razão e emoção, pensamento e afeto. Morin (2012b) chama de pensamento arcaico à dialógica existente e complementar entre o empírico/técnico/racional e o simbólico/mitológico/mágico. Essas duas partes do pensar estão em constante interação, numa relação de auto-eco-organização, trabalhando na dialógica autonomia/dependência, permanecendo num no outro, onde o *sapiens* age sobre o *mythologicus* que retroage sobre o *sapiens*, permitindo a autonomia organizacional do *homo*.

Ambos, *sapiens* e *mythologicus*, dialogam, interagem e se parasitam numa associação complexa/complementar/concorrente/antagônica como *yin yang*. Para Morin (2012b), a mentalidade lógico-racional se mostrou muito pouco apto a eliminar o universo imaginário humano. Os dois cooperam e coexistem no mesmo indivíduo.

Um dos atuais paradigmas que nos ajudam a compreender como ocorre essa dialógica entre o empírico/técnico/racional e o simbólico/mitológico/mágico e entre razão/lógica e afeto/emoção vem do campo da neurobiologia. Atualmente, os cientistas vem chegando a uma concepção *monista* do ser humano, ou seja, cérebro e corpo são indissociáveis, cúmplices, havendo assim uma união entre o universo das ideias e o mundo experimentado. Há uma conjunção, uma combinatória estável e rotativa entre razão, afetividade e pulsão. “O organismo constituído pela parceria cérebro-corpo interage com o ambiente como um conjunto, não sendo a interação só do corpo ou só do cérebro” (DAMÁSIO, 2012, p. 95).

O antigo dualismo cartesiano, que colocava o ser pensante de um lado e o objeto pensado do outro é o que Damásio (2012) apontou como erro de Descartes, uma vez que ele vem se mostrando cada vez mais insuficiente para explicar a complexidade da realidade humana. As emoções e sentimentos são partes integrantes do processo de pensar. Além disso, a separação entre corpo e mente, entre um algo que pensa e uma matéria a ser pensada não faz justiça à relação cérebro-corpo, uma vez que “o cérebro e o corpo encontram-se indissociavelmente integrados por circuitos bioquímicos e neurais recíprocos dirigidos um para o outro” (DAMÁSIO, 2012, p. 94).

Damásio (2012) lembra dois dados básicos a fim de perceber a relação cérebro-corpo: (a) enquanto praticamente todas as partes do corpo podem enviar sinais e substâncias químicas para o cérebro, influenciando no seu funcionamento; (b) o cérebro também atua, através dos nervos, na direção oposta, influenciando no funcionamento de todas as partes do corpo. Por isso, não é possível dizer que somos somente corpo ou somente cérebro. Enquanto para Descartes há uma supremacia da razão, do pensar em detrimento do sentir, um objeto

pensando e uma matéria pensada, Damásio (2012) demonstra que tanto emoção quanto razão estão unidas, juntas, a fim de formar o todo que é a estrutura cognitiva do ser humano.

É esse o erro de Descartes: a separação abissal entre o corpo e a mente, entre a substância corporal, infinitamente divisível, com volume, com dimensões e com um funcionamento mecânico, de um lado, e a substância mental, indivisível, sem volume, sem dimensões e intangível, de outro; a sugestão de que o raciocínio, o juízo moral e o sofrimento adveniente da dor física ou agitação emocional poderiam existir independentemente do corpo. Especificamente: a separação das operações mais refinadas da mente, para um lado, e da estrutura ou funcionamento do organismo biológico para o outro (DAMÁSIO, 2012, p. 219).

Além disso, a razão pode não ser tão pura quanto à maioria dos *sapiens* pensa que é ou desejariam que fossem. Damásio (2012) parte da hipótese do marcador somático, ou seja, o sentimento, o afeto, o *emocionar* são partes integrantes do processo de raciocínio em si. Nesse sentido, a emoção não é um substituto da razão, mas sua companheira, uma vez que a capacidade de raciocinar evoluiu como uma extensão do sistema emocional automático. Nenhuma das duas atuam sozinhas.

De acordo com os pacientes analisados por Damásio (2012), quando isso ocorre, ou seja, quando a razão deixa a emoção de lado, o ser humano adquire graves doenças neurológicas, responsáveis por colocar em cheque seu convívio com outras pessoas. A emoção desempenha assim um papel significativo no processo de raciocínio. Dessa forma, pode-se dizer que não existem dois paradigmas de humanidade, ou seja, de um lado o *homo* arcaico e mitológico e do outro o *homo* moderno e racional. Esse *homo* é uma unidade indivisível entre mente e corpo, razão e emoção, *mythos* e *logos*.

Esses dados fazem muito sentido quando vemos como Veja tece as narrativas sobre a língua: a revista submete sua racionalidade jornalística aos *mythos* a fim de realizar não apenas uma função informativa, pragmática, enunciativa, mas também, e simultaneamente, uma experiência estética, fática e *diegética*. No jornalismo, a razão por si só não dá conta de atrair as pessoas. O público alvo precisa ser cativado, seduzido. Por isso, a revista recorre a uma estética que chame atenção do seu público alvo. Sua linguagem não é apenas objetiva, da ordem do *logos*, mas precisa ser de natureza dramática, conflituosa, da ordem do *mythos*, tão ampla e retórica quanto à linguagem encontrada na literatura.

O jornalismo, assim como a ciência, apela para um discurso racional e objetivo. No entanto, a sabedoria pós moderna aponta à ironia do mito que utiliza a máscara da ciência, ou seja, ao tentar se desvencilhar das concepções mitológicas, desencantando assim o mundo, a ciência precisou colocar no seu lugar outro mito. “Imaginando um homem sem imaginação, o

grande paradigma do ocidente embruteceu a razão, sacralizou-a, transformou-a em mito” (XAVIER, 2003, p. 131).

O pós moderno se dá conta que os arquétipos, aspirações, sonhos, desejos, contaminam nossa ciência, nossa tecnologia, nossa técnica. O paradoxo da modernidade está na pretensão de que é na tentativa de “reger e de guiar a humanidade que a Razão e a Ciência se verão clandestinamente parasitadas pelo mito” (MORIN, 2012a, p. 169).

Nesse sentido, seguindo a dialógica proposta por Morin (2012b) entre *logos* e *mythos*, há uma forte associação entre o empírico-racional e o imaginário-sensível. A associação entre os dois fica muito evidente, por exemplo, no progresso tecnológico. “O desenvolvimento técnico se realizará, cada vez mais, a serviço do sonho de dominar as terras, os mares e o céu” (MORIN, 2012b, p. 42). É o sonho que guia o porquê do saber.

O mito se infiltra e torna viva a teoria abstrata. A teoria abstrata se apropria das aspirações mitológicas a fim de recomendar-se. Uma dialoga com a outra o tempo todo. Não somos apenas *sapiens*, principalmente porque, para Morin (2012b, p. 119), “o *homo* demasiado *sapiens* torna-se, *ipso facto*, *homo demens*”, ou seja, a racionalização fria e excessiva se degenera em delírio, em loucura, em irracionalidade. A busca excessiva por coerência, por explicações e por racionalização leva à incoerência, a demência, ao pânico, a insanidade, a psicose.

Essa concepção do *sapiens* como uma unidade indivisível entre *mythos* e *logos* é o que Xavier (2003) chamou de *paradigma unidual* da humanidade. Em outras palavras, uma vez que o *mytho* obedece ao modelo da unidualidade, instituindo e estabelecendo a um só tempo a identidade e a realidade, toda comunidade humana, seja arcaica, seja moderna, tem em si tanto o cimento mitológico, quanto faz uso de concepções empírico-técnicas-rationais a fim de estabelecer a sociedade.

Se ontem a distinção empírico/técnico/racional e simbólico/mitológico/mágico não se constituía em dois polos separados, mas num universo duplo, unidual, também hoje, sob o manto de um deus ciumento que desclassificou todos os outros, ao lado de uma razão narcísica que expurgou a imagem, a poética e a fantasia [...] o paradigma enigmático do homem unidual permanece. [...] Daí por que fica sem sentido afirmar a polarização dos dois estilos de pensamento que presidem a odisseia humana. Assim como cada lado de um mesmo rosto não configura isoladamente um rosto, a negação de um dos dois pensamentos dissolve o homem no reino da fabulação ou no reino da materialidade. Os dois estilos de leitura do mundo são carentes um do outro (XAVIER, 2003, p. 133).

Na modernidade, o mito invadiu o que lhe parece mais hostil, mais contraditório, mais diferente. As concepções mitológicas invadiram – e ainda invadem – a ciência justamente

porque ela precisa de algo que lhe seja exterior a fim de se legitimar perante a sociedade (LYOTARD, 2011). O mito também dá substância e energia vital ao jornalismo e a mídia. “Na vida cotidiana coexistem, sucedem-se, misturam-se, crenças, superstições, racionalidades, tecnicidades, magias, e os objetos mais técnicos (carro, avião) estão também impregnados de mitologias” (MORIN, 2012a, p. 170).

Afinal, esses dois lados do pensamento humano, um simbólico/mitológico/mágico, outro empírico/técnico/racional, coexistem no mesmo ser, ajudam-se, interagem, dialogam. O *logos* e o *mythos* não apenas se opõem, mas interagem, coabitam, fazem trocas clandestinas.

O mito, sobretudo, introduziu-se no pensamento racional no momento em que este pensava tê-lo expulsado: a própria ideia de Razão tornou-se um mito quando um formidável animismo deu-lhe vida e poder, fazendo dela uma entidade onisciente e providencial. O mito, que se infiltra nas ideias abstratas, torna-a viva, diviniza-a. As ideologias recolhem o nó vivo do mito e, às vezes, até mesmo, como no caso do marxismo, a religião da salvação. De fato, em qualquer civilização há, ao mesmo tempo, oposição e associação de dois pensamentos: a presença de uma é recessiva na outra; infiltram-se uma na outra (MORIN, 2012b, p. 42-43).

A história da ciência demonstra que os elementos místicos e sobrenaturais sempre andaram de mãos dadas com o conhecimento científico. Para Marcelo Gleiser (2006), o conhecimento científico é motivado por elementos não racionais. O fascínio e a motivação com que as mais diversas culturas encaram o mistério da criação, do porquê tudo passou a existir é o mesmo que funciona como uma das principais fomentadoras do processo criativo dos cientistas.

Um cientista como Kepler, por exemplo, teve seus *insights* sobre o modelo heliocêntrico e sobre as “três leis do movimento planetário” não motivado por um estudo sistemático dos céus, mas na busca em “desvendar o código oculto da natureza, a escrita de Deus revelada nos fenômenos dos céus” (GLEISER, 2010, p. 62). Assim, o que gerou em Kepler o desejo de conhecer não foi uma motivação racional e lógica, mas um imaginário religioso e estético.

E isso não acontece apenas na ‘ciência do passado’, num período ‘longínquo’ ou no começo da era científica⁸. A ciência não apenas está relacionada à observação e à

⁸ É interessante perceber que cientistas naturalistas defensores do método científico, da razão e do *logos*, como Carl Sagan (1980, 2006) e Richard Dawkins (2000) se entregam ao encanto, a poesia e ao afeto a fim de falarem sobre as descobertas da ciência e os mistérios ainda por descobrir dos fenômenos naturais. Sagan (1980, p. 4), como Dawkins, acredita que “o cosmo é tudo que existe, que existiu ou que existirá” e prossegue afirmando que “nossas contemplações mais despretensiosas do Cosmos nos induzem — há um calafrio na espinha, uma perda de voz, uma sensação de vazio, como em uma memória distante, de uma queda a grande altura. Sentimos que estamos próximos do maior dos mistérios”. Ou seja, Sagan vê o Cosmo com uma atitude religiosa, de reverência.

experimentação, mas trabalha também a partir de concepções estéticas. Alguns cientistas trabalham dentro da ideia do poeta John Keats de que 'beleza é verdade'. A noção de que tudo que existe faz parte da Unidade profunda de todas as coisas é um desses exemplos que está empregada de noções mais estéticas do que científicas.

De acordo com Gleiser (2010, p. 14), a noção de simetria, por exemplo, “sempre foi e continua sendo uma ferramenta essencial nas ciências físicas”. Por isso, alguns dos maiores cientistas do século XX, como Einstein, Heisenberg, Shrödinger, dedicaram boa parte de suas vidas na procura desse código misterioso, dessa conexão do tudo, desta Unidade misteriosa que nos ligaria a todo resto.

Mas de onde vem essa noção? Porque os cientistas decidiram trabalhar com essa ideia? Gleiser (2010) vê três caminhos: (a) os cientistas foram influenciados pelo monoteísmo judaico-cristão onde um Deus Uno geraria um universo Uno; (b) foram também influenciados pelo pensamento grego, como o de Tales de Mileto que afirmava que tudo é feito de uma única substância e dos discípulos de Pitágoras, que buscavam através da matemática o código oculto da Natureza, ou seja, a descrição de sua simetria de forma racional; (c) por fim, foram influenciados por causa da beleza da simetria em si, ou seja, por uma questão de elegância, de estética⁹.

Para Durand (1995), o Ocidente optou durante oito séculos pela análise dualista de Aristóteles, que separava sujeito e objeto, sagrado e profano, natural e sobrenatural. Isso fez com a imagem fosse paulatinamente desvalorizada, uma vez que ela é polissêmica, aberta e ambígua por natureza (DURAND, 2011). Todavia, “foi um trabalho em vão, pois as imagens, expulsas pela porta da frente, reentravam pela janela para atacar os conceitos científicos mais modernos como as ondas, os corpúsculos, as catástrofes, o *bootstrap*, a teoria dos *superstrings*.” (DURAND, 2011, p. 68).

O estudo da ciência ocupa o lugar que outrora pertenceu a uma divindade com seus adoradores, ou seja, ela provoca uma sensação de assombro, de calafrio, de sublime e de mistério. Em outra obra, Sagan (2006, p. 48) afirma que “em seu encontro com a Natureza, à ciência invariavelmente provoca um sentimento de reverência e admiração [...]. A ciência não é só compatível com a espiritualidade; é uma profunda fonte de espiritualidade”. Já Dawkins (2000, p. 10) também tem a mesma admiração e senso de encantamento pelo cosmo. Para ele “o sentimento de admiração reverente que a ciência pode nos proporcionar é uma das experiências mais elevadas de que a psique humana é capaz. É uma profunda paixão estética que se equipara às mais belas que a música e a poesia podem despertar”. Ambos servem de exemplo a fim de perceber como o *mythos* e o *logos*, o *sapiens* e o *mythologicus* estão em constante diálogo. E como a ciência traz consigo uma série de aspirações mitológicas.

⁹ Para Gleiser (2010), essa busca pela Unidade de todas as coisas se transformou num dogma, com poucas evidências laboratoriais que possam apoiá-las, sendo mais expectativas do que realidades. Interessante é o que Gleiser propõe no lugar: uma outra noção estética, baseado na assimetria, onde o desequilíbrio e o imperfeito dialogam com a ciência, encontrando assim seu 'arcabouço científico'. A 'verdade' estaria no Caos. Aqui, independente de Gleiser ou os defensores da Teoria do Tudo estarem 'corretos', isso é só um exemplo de como conhecimento científico e estética dialogam o tempo todo na ciência

Os mitos, a imaginação, a estética se infiltram na ciência, lhe dão vigor, potência, energia ou apenas parasitam-na sem que os cientistas se deem conta disso. Da mesma forma, a lógica, a filosofia e a racionalidade estão subjacentes nos mitos e nos complexos sistemas religiosos e nas teologias sistemáticas (MORIN, 2012b). A mentalidade científica contemporânea que visa desencantar o mundo e desmistificar a realidade é uma superstição moderna (DURAND 1996), não correspondendo ao balanço profundo da alma ocidental. Por isso, os mitos se tornam clandestinos, mascarados, disfarçados.

O mito também dá vigor e influencia o jornalismo. Através da leitura jornalística da revista *Veja*, nos damos conta que as forças *mitopoyéticas* que estavam presentes nas narrativas míticas e na literatura também são percebidas dentro do jornalismo. A notícia, mesmo possuindo uma linguagem que se apresente como racional e objetiva, ao seja, pertencente ao *logos*, precisará ceder lugar, de forma paralela, ao *mythos* a fim de construir uma narrativa que atraia.

Na estética textual e visual de *Veja*, é possível perceber como a revista segue esse duplo movimento entre *logos* e *mythos*: por um lado, de modo informativo e pragmático, busca passar ao leitor informações e opiniões sobre acontecimentos do cotidiano que envolve as línguas naturais do *homo sapiens*; por outro lado, e de forma paralela e simultânea ao *logos*, as narrativas de *Veja* lançam mão de matrizes arquetípicas pré-existentes, provenientes do imaginário social sobre as línguas, a fim de tecer a comunicação jornalística.

Assim, o *homo sapiens* não é apenas razão, lógica, coerência, fazedor de ferramentas, criador de técnicas, mas também o é *demens*, *ludens*, *religiosus*, *mythologicus*, numa relação complexa entre *sapiens/demens*, razão/emoção, *logos/mythos* que vem guiando a humanidade desde os primórdios. A sabedoria pós moderna consiste em apontar que o *homo sapiens* não é apenas *sapiens*.

1.1 PÓS MODERNIDADE E A NOOSFERA

Morin (2012b) afirma que esse *homo* é um ser metavivo, ou seja, criador de novas formas de vida não apenas biológicas, mas também espirituais, psíquicas, mitológicas e sociais. Ao lado do nosso mundo natural, há outra realidade formada por nossas representações, nossa cultura, nosso imaginário. Há, assim, dois tipos complementares de pensamento, ou de mentalidade, que atravessam o *homo*: um é o empírico/racional o outro é o mitológico/simbólico. “Os dois modos coexistem, ajudam-se, estão em constante interação, como se tivessem necessidade permanente um do outro” (MORIN, 2012a, p. 168).

Nesse contexto, Morin (2012b) afirma que essa bipolaridade é resultado de duas instancias mentais que são importantes para o *homo*. Por um lado, o ser humano é um animal racional, fabricante de instrumentos e técnicas e possuidor de uma razão que o ajuda a controlar a natureza, construir filosofias, ciências e o conhecimento. O *homo sapiens-faber* é uma realidade, um fato, uma descrição parcialmente fiel e correta. Afinal, de acordo com os antropólogos, o uso do cérebro, da linguagem, da capacidade de abstração e do desenvolvimento tecnológico foram fatores que possibilitaram ao ser humano suprir várias carências que o ajudariam a sobreviver na natureza. Isso possibilitou ao *sapiens* adquirir conhecimento objetivo do mundo exterior, elaborar estratégias eficazes de caça e conseguir mantimentos (LEAKEY, 1995).

Por outro lado, o ser humano também é criador de universos imaginários, de mitos, de crenças e de religiões (MORIN, 2012b). Essa última característica é uma parte integrante de nossa humanidade, de nossas vivências, de nossa maneira de estar no mundo. Essa capacidade imaginativa está relacionada a vários fatores: (a) a procura de explicações que possam dar sentido à existência, buscando uma experiência que lhe permita encontrar-se, compreender-se e sentir-se mais vivo; (b) a tentativa de lidar com o que é desconhecido, imprevisível e inexplicável, enfrentando assim o enigma da morte; (c) a busca por outra realidade, por outro plano que existe paralelamente ao nosso mundo e que nos serve de modelo; (d) a capacidade de espanto e de admiração pelo universo.

Para Armstrong (2005), uma das características do ser humano é a de possuir um senso de transcendência, ou melhor, uma capacidade de desenvolver pensamentos que transcendam e ultrapassem sua experiência cotidiana imediata, ampliando o horizonte de existência do *homo sapiens*. Para isso, o ser humano é uma criatura que vive numa incessante tentativa de dar sentido ao mundo, de buscar ordenar o caos que é a existência e a natureza, de procurar entender o porquê daquilo tudo que o rodeia.

Nesse sentido, todas as culturas que temos registro, seja do passado ou do presente, procuraram responder a questão central de Leibniz “porque existe algo ao invés do nada”, buscando compreender o porquê da existência através das chamadas questões fundamentais: de onde viemos? Para onde vamos? Qual a origem do mundo? O que nos espera depois da morte? Quem nos colocou aqui? Gleiser (2006, p. 15) enfatiza que tanto os mitos de criação quanto os modelos cosmológicos modernos possuem algo fundamental em comum: “ambos representam nossos esforços para compreender a existência do cosmo”.

A partir dessa busca, dessa indagação, o ser humano tenta fazer conexões, ligando um ponto ao outro a fim de ver como ele se encaixa melhor no todo. Fernández-Armesto (2000, p.

48) afirma que “a busca de coerência é uma das características inatas que tornam humano o pensamento humano”. Essa é uma das marcas do cérebro humano: dar sentido às coisas, buscar a integração, a ordem, a conexão. Seja a de um indígena, de um aborígine, de um brasileiro ou de um americano, as pessoas tenderão a encaixar os fatos da natureza numa narrativa sistemática, coerente. Para Fernández-Armesto (2000), essa é uma das primeiras visões que o ser humano tem sobre a verdade, ou seja, o verdadeiro é algo que faça sentido, que esteja dentro de uma coerência geral do todo, que se ligue a uma conexão maior.

Com isso, o ser humano é capaz de atribuir significados e sentido que vão além do pragmatismo, da utilidade prática, dos atos, lugares e objetos em si. Árvores, pedras, roupas comidas e enfeites, não são apenas árvores, pedras, roupas comidas e enfeites. Eles ganham significado, entram no plano do simbólico, ganham status de proibição, de benção, de tabu, de sagrado. Dessa forma, é possível dizer que essa capacidade do *homo* de imaginar, de transcender a realidade, pode ser considerada uma das essências do espírito humano, “a raiz de tudo aquilo que, para o homem, existe” (PITTA, 2005, p. 15).

Para Campbell (1990), o mito vai além da procura de sentido e significado para vida. “Buscamos uma forma de experimentar o mundo, que nos abra para o transcendente que o enforma, e que ao mesmo tempo nos enforma, dentro dele” (CAMPBELL, 1990, p. 55). A questão que se coloca através dos mitos não é apenas que o ser humano quer unicamente buscar sentido pelo plano mitológico ou procurar respostas às perguntas fundamentais, mas que, além disso, o *sapiens* quer experimentar sentido, experimentar mais intensamente a vida, experimentar de forma concreta a melhor forma de estar vivo.

Penso que o que estamos procurando é uma experiência de estar vivo, de modo que nossas experiências de vida, no plano puramente físico, tenham ressonância no interior de nosso ser e de nossa realidade mais íntimos [sic], de modo que realmente sintamos o enlevo de estar vivo. É disso que se trata, afinal, e é o que essas pistas nos ajudam a procurar, dentro de nós mesmos (CAMPBELL, 1990, p. 5).

O pensamento de Mircea Eliade (1991, 1992, 1998, 2011) pode nos ajudar a compreender melhor o *homo mythologicus*. Ele afirma que o mito é uma das marcantes experiências existenciais do *homo*, permitindo que o *sapiens* possa encontrar-se e compreender-se. O mito busca irrigar, dar sentido, oferecer uma estrutura e uma explicação à história. Isso porque, o ser humano se vê participando de uma realidade que não é apenas matéria, mas que o transcende, que ultrapassa a matéria.

O mito é uma realidade complexa, variável, múltipla, que pode ser abordada de perspectivas diferentes e complementares. Sua criação decorre de um fenômeno humano, de

uma criação do espírito – não de algo relacionado ao delírio, a bestialidade ou a infantilidade. A função básica dos mitos não é ser uma narrativa que conte histórias ou apenas traga explicações para aquilo que não é compreendido pelo *homo*. “A função mestra dos mitos é a de fixar os modelos exemplares de todos os ritos e de todas as ações humanas significativas” (ELIADE, 1998, p. 334).

O mito conta uma história: como o *algo* passou a existir e começou a *ser*. Dessa história, do por que algum ente sagrado fez um *algo* no passado, esse ato passa a ser um modelo exemplar dos ritos e atividades humanas significativas. Fora dos atos estritamente religiosos, o mito serve de exemplo para as várias ações humanas significativas, como o sexo, a alimentação, a pesca, a caça, a educação, o trabalho e a sabedoria. Por isso, ele é sempre um precedente, um exemplo, do porquê o homem é como é.

No entanto, esse aspecto da ontologia arcaica só é possível porque o *homo* abole a história através da suspensão do tempo profano e linear e volta aos primórdios da humanidade, ou melhor, ao *illud tempus*, a um espaço-tempo primordial onde se situa o ato fundador original, imemorial, a-histórico e eterno. Nessa volta, o homem revive mais uma vez o evento fundador, uma volta periódica a Grande Era, ao começo das coisas. Essa história sagrada “é uma ‘história’ que pode ser repetida *ad infinitum*, no sentido de que os mitos servem como modelos para cerimônias de reatualização periódica dos importantes eventos ocorridos no princípio dos tempos” (ELIADE, 1991, p. 12).

Ao suspender o tempo, o mito auxilia os homens a tornarem-se contemporâneos do Grande Tempo, do ato fundador na plenitude primordial, do tempo sagrado. Os modelos de comportamento do pensamento arcaico foram revelados no começo dos tempos, tendo por isso origem sobre-humana, transcendental. “Assim fizeram os deuses, assim fazem os homens” (ELIADE, 1998, p. 339). Esses seriam arquetípicos, ou seja, modelos exemplares, paradigmas, que deveriam ser constantemente imitados a fim de que o ser humano possa reviver o *illud tempus*. O mito é assim um ponto de referência que pode ser revivido a cada momento para uma sociedade.

O mito retira o homem de seu próprio tempo, de seu tempo individual, cronológico, ‘histórico’ – e o projeta, pelo menos simbolicamente, no Grande Tempo, num instante paradoxal que não pode ser medido por não ser constituído de uma duração. O que significa que o mito implica uma ruptura do Tempo e do mundo que o cerca; ele realiza uma abertura para o Grande Tempo, para o Tempo Sagrado (ELIADE, 1991, p. 54).

Nessa concepção, o significado e valor atribuído pelo *homo* a um objeto não está no objeto em si mesmo. O objeto só ganha valor quando se vincula para além de sua

materialidade, reproduzindo o ato primordial, repetindo o exemplo mítico. Essa repetição revela uma ontologia original: “o gesto se reveste de significado, de realidade, unicamente até o ponto em que repete um ato primordial” (ELIADE, 1991, p.18).

Os atos arquetípicos são repetidos *ad infinitum* pelo homem porque num passado primordial, foram praticados e vividos por outras pessoas, ou melhor, por um ser transcendental que não tenha sido *homo*. Esse evento mítico ocorreu uma vez, mas também ocorre o tempo todo, apontando assim para o além da história, da sua concepção cronológica, para o que é atemporal na história humana.

O mito busca corroer a morte através dessa luta, que é “sempre a mesma luta contra o Tempo, a mesma esperança de se libertar do peso do ‘Tempo morto’, do tempo que destrói e que mata” (ELIADE, 2011, p. 165). As culturas arcaicas teriam dificuldade em tolerar a história, não dando tanta atenção à consciência pessoal e sim a impessoal. É importante salientar que para Eliade (1991), essa volta ao *illud tempus* busca lutar contra o linearismo histórico, ou seja, a repetição ritualística do que aconteceu naquele princípio visa regenerar, nascer novamente, anulando a irreversibilidade.

No entanto, essa volta ao Grande Tempo não é exatamente um retorno ao início, ao começo de tudo, nem um ciclo indefinido das coisas que aconteceram antes. Para um dos estudiosos do pensamento de Eliade, J. Thomas (2005), o tempo apresentado no mito se dá pelo encontro de três tempos: (a) o tempo linear, da história; (b) o tempo cíclico, do retorno indefinido e (c) o Grande Tempo, o *illud tempus*, o tempo total que engloba, ultrapassa os outros dois tempos fazendo com eles sejam sincrônicos. Desse modo, surge uma dialógica entre mito e história: se por um lado, o mito irriga a história, lhe dando estrutura e sentido; por outro lado, a história concede carne, corpo e respiração ao mito (THOMAS, 2005).

Como vimos, para Eliade (2011), o mito não é uma ilusão, uma irre realidade, mas a essência do sagrado, o elemento estruturador da consciência, o processo fundamental do *homo sapiens* de produção de sentidos, de alcançar o *illud tempus*, relevando assim os modelos exemplares. “O mito conta história sagrada; ele relata um acontecimento ocorrido no tempo primordial, o tempo fabuloso do ‘princípio’” (ELIADE, 2011, p. 11).

Essa consciência mítica não é algo apenas do homem antigo, arcaico, primitivo. O homem moderno também tem uma necessidade de transcender a história, trabalhando com outros tempos e outros ritmos temporais além daqueles que trabalhamos e vivemos. Assim, os mitos não são fenômenos com significados estritamente culturais, sociais ou psicológicos, mas uma forma de romper com a materialidade e entrar em contato com o sagrado.

Por isso, Eliade (2011) comenta a possibilidade de que “esse anseio de transcender o nosso próprio tempo, pessoal e histórico, e de mergulhar num tempo ‘estranho’, seja ele extático ou imaginário, será jamais extirpado”. Afinal, “enquanto subsistir esse anseio, pode-se dizer que o homem moderno conserva pelo menos alguns resíduos de um ‘comportamento mitológico’” (ELIADE, 1991, p. 164-165).

O símbolo, o mito e a imagem estão tão atrelados à substância da vida espiritual do *homo* que “podemos camuflá-los, mutilá-los, degradá-los, mas [...] jamais poderemos extirpá-los”. Em Eliade, “os mitos se degradam e os símbolos se secularizam, mas eles nunca desaparecem, mesmo nas mais positivistas das civilizações, a do século XIX”. Isso porque “a mais pálida das existências está repleta de símbolos, o homem mais ‘realista’, vive de imagens” (ELIADE, 1991, p. 7, 21 e 13).

Outra característica do mito é o que Armstrong (2005, 2011) e Eliade (1992, 1998) denomina de filosofia perene, ou seja, há um plano paralelo ao nosso mundo e que, em certo sentido, o ampara, dá substância, realidade, validade. Nesse sentido, ‘tudo’ que acontece nesse mundo tem sua contrapartida no outro plano, ou seja, a realidade aqui da terra é uma sombra do seu arquétipo celestial, do seu protótipo extraterreno. O *homo mythologicus* constrói sua realidade de acordo com esse arquétipo celestial, com esse modelo original, da qual as coisas derivadas são uma cópia imperfeita.

Para Armstrong (2005), todas as concepções míticas do passado e do presente, de um modo ou de outro, seja numa religião, seja numa mitologia, seja num sistema filosófico, empregam essa filosofia perene. Ela é uma forma de expressar esse nosso senso inato de que existem mais coisas no *homo* e no mundo do que o que os nossos olhos conseguem captar. Nesse sentido, “os mitos dão forma e aparência explícita a uma realidade que as pessoas sentem intuitivamente” (ARMSTRONG, 2005, p. 10). É desse modo que uma das primeiras premissas importantes a fim de se pensar o *homo mythologicus* é a que Morin (2012b) chama de *metavivo*, a saber, ao lado da realidade física existente, há também uma realidade simbólica que ultrapassa o mundo físico propriamente dito.

Essa tentativa de fazer com que o universo faça sentido ou que não termine em sua materialidade não é apenas uma característica do *homo* primitivo. O pensamento simbólico não é exclusivo do homem primitivo, pré moderno, religioso, mas algo consubstancial ao *sapiens*. Como afirma Eliade (1991, p. 7) “as imagens e símbolos não são criações irresponsáveis da psique; ela responde a uma necessidade e preenchem uma função: revelar a mais secreta modalidade do ser”.

Um dos meios que o *homo* utiliza para preencher essa necessidade é o jornalismo. Ao ler Veja, tem-se um conjunto de material mitológico e simbólico que dão energia vital a narrativa e que se encontram presentes nas matérias e entrevistas. Eles estão em consonância com as antigas narrativas mitológicas que envolvem algum drama, com personagens arquetípicos.

As experiências mitológicas são muito baseadas na experiência da morte, na perspectiva de aniquilação, no buraco negro que põe fim ao indivíduo, no senso de desespero de um dia não mais existir. É como se houvesse um choque, um trauma mental, um pavor, uma sensação constante de incerteza.

Para um cotidiano repleto de incertezas e nuances, principalmente quando o assunto é a linguagem humana, Veja oferece um ponto de referência, uma forma mais segura de andar pela sociedade. Ao recorrer aos símbolos e arquétipos, a revista procura sanar essa situação, já que essa é uma das principais funções do mito.

Afinal, o mito seria uma tentativa de aliviar esse dano, de amortizar esse choque, de aprender a lidar com algo que traz horror ao *homo*. Mas ele existe não como cegueira diante da morte, como uma negação do inevitável, mas justamente como seu reconhecimento, sua lucidez sua conscientização (MORIN, 2012b). O mito revela algo importante sobre nossa condição humana, nossa vivência no cosmo, sendo por isso essencialmente um guia.

O mito não é apenas um conjunto de histórias contadas pelos povos pré modernos a fim de explicar o mundo, mas fazem parte do *ethos*, do *modos operandi* de um povo, fornecendo elementos para a construção da identidade coletiva, da construção pedagógica, de modelos de comportamentos (DURAND, 2012). O mito dá forma e oferece caminhos para as relações sociais, ajudando na construção de uma identidade própria e na cosmovisão das pessoas. Ao recorrer ao mito a fim de tecer suas narrativas, Veja legitima papéis na sociedade para o leitor, promulgando como norma as regras sociais sobre a linguagem humana.

Sob outro olhar, Lyotard (2011) ajuda a pensar a questão da ‘legitimação’ através do que o autor denominou de metanarrativas ou metarrelatos. Para ele, a ciência considera o relato como algo fabuloso, mitológico, lendário. Todavia, “na medida em que não se limita a enunciar regularidades úteis e que busque o verdadeiro, [a ciência] deve legitimar suas regras do jogo” (LYOTARD, 2011, p. xv).

A ciência não fica apenas no campo da descrição e da pesquisa desinteressada. Ela precisa ser legitimada, autenticada, à parte da argumentação e da administração de provas. Ela precisa que um legislador prescreva as condições que possam ser estabelecidas a fim de que um enunciado ou um saber possa ser levado em consideração pela comunidade científica. O

cientista precisa exercer sobre seu próprio discurso de legitimação que o torne válido perante os outros discursos. Para isso, ela lança mão de uma metanarrativa.

Para Lyotard (2011), há dois tipos diferentes de saber, com suas próprias características discursivas: o saber narrativo e o saber científico. Dentro desse contexto, a ciência não existe de forma independente, autônoma, *per si*. Ela recorre ao relato narrativo a fim de se legitimar. Afinal, a ciência não pode se auto legitimar como científico, senão cairia em preconceito ou numa petição de princípio. Ao comentar sobre o relato inaugural e legitimador da ciência, a saber, os diálogos de Platão na *República*, Lyotard (2011) chama atenção para o fato de que esse discurso não é científico *per si*:

É em sua própria forma, os Diálogos escritos por Platão, que o esforço de legitimação entrega as armas à narração; pois cada um deles assume sempre a forma do relato de uma discussão científica [...]. O saber científico não pode saber e fazer saber que ele é o verdadeiro saber sem recorrer ao outro saber, o relato, que é para ele o não-saber, sem o que é obrigado a se pressupor a si mesmo e cai assim no que ele condena, a petição de princípio, o preconceito (LYOTARD, 2011, p. 53).

Em busca de legitimação, a ciência moderna busca responder duas questões: como provar a prova? E quem decide o que é verdadeiro? A ironia da situação é que de acordo com o filósofo francês, o discurso científico, ou melhor, o consenso dos *expertes* é o que concede as respostas para essas duas questões:

Desvia-se da busca metafísica de uma prova primeira ou de uma autoridade transcendente, reconhece-se que as condições do verdadeiro, isto é, as regras de jogo da ciência, são imanentes a este jogo, que elas não podem ser estabelecidas de outro modo a não ser no seio de um debate já ele mesmo científico, e que não existe outra prova de que as regras sejam boas, senão o fato delas formarem o consenso dos *experts* (LYOTARD, 2011, p. 54).

Para Lyotard (2011), há uma conexão entre saber, vínculo social e legitimidade. Essa última é conferida a ciência pelo consenso dos seus sabedores, a saber, dos cientistas, que vão buscar numa metanarrativa fora do conhecimento científico os critérios que possam servir para legitimação e veracidade perante a sociedade.

A ciência seria um jogo de linguagem, com suas próprias regras, resultado de uma produção coletiva e social, ou seja, o discurso científico tem suas próprias leis e faz sua legitimação por meio de uma metanarrativa de relatos que bebem tanto na filosofia das Luzes, buscando a emancipação dos homens em relação as autoridades tradicionais, quanto no idealismo alemão, buscando o saber pelo saber até atingir um ideal de verdade iluminada.

Dentro do contexto da natureza do saber nas sociedades informatizadas, Lyotard (2011, p. xvi) afirma que a pós-modernidade seria então “a incredulidade em relação aos metarrelatos”. Por esse último entendem-se as grandes teorias legitimadoras e filosofias de mundo que davam um norte para a humanidade, como a do progresso da história, da cognoscibilidade de tudo pela ciência e pela liberdade absoluta. Esse espírito pós-moderno é uma condição cultural presente nas sociedades informatizadas.

Nessas sociedades, o saber adquire outra dinâmica, muda de estatuto, perpassa por outra lógica de validação. Enquanto a modernidade se legitimou, ou se mitologizou, com uma metanarrativa que caminhava e assinalava que o desenvolvimento tecnológico estava levando o homem ao progresso, a paz mundial, a iluminação, ao desenvolvimento socioeconômico, o *sapiens* pós-moderno coloca em cheque esses valores como legitimadores do conhecimento e dos vínculos sociais, percebendo que eles, ao contrário, trouxeram resultados trágicos.

Percebe-se assim que as grandes metanarrativas que davam legitimidade a sociedade moderna estão cada vez mais desacreditadas, como a do *herói da liberdade* que deve reconquistar o direito ao conhecimento e que era legitimado pelo relato da emancipação; e o *herói do conhecimento* que busca a ciência como fim em si mesmo e que era legitimado pelo relato especulativo. A condição pós-moderna implica que as pessoas não apenas ignoram as metanarrativas modeladoras da modernidade, mas que elas não mais se guiam por qualquer outro mito dominante. “O grande relato perdeu sua credibilidade, seja qual for o modo de unificação que lhe é conferido” (LYOTARD, 2011, p. 69).

O pós-moderno desconfia do relato macro, da soberania de uma visão *una*, de um sistema que faça do globo um povo generalizante, mas preserva os relatos no contexto micro, nas narrativas locais, nas pequenas ficções particulares. Isso faz com que o *sapiens* estabeleça vínculos afetivos com o outro, desenvolvendo um sentimento de pertença, se retribalizando em função da comunidade. Esse tribalismo se dá no seio do cotidiano. Esse último seria, por excelência, “o lugar a partir do qual se fundam os vínculos sociais” (MAFFESOLI, 2001).

A sabedoria pós-moderna busca fazer um retorno, um retrocesso ao que foi na origem, ou seja, os homens buscam uma correspondência, um co-pertencimento, um estabelecimento de relações, um viver junto, um estar junto, um tomar com. Assim, na pós-modernidade há uma solidariedade orgânica, um vínculo, um *religare*. Essa volta ao comunitarismo se dá seja pela busca por segurança (BAUMAN, 2001), seja pela percepção de que o eu individual só existe em função de um eu coletivo, buscando assim uma socialidade (MAFFESOLI, 2012).

Na perspectiva de Maffesoli (2007, p. 60), “hoje em dia são as identidades tribais que triunfam”. Uma vez que os valores da modernidade foram saturados, há um ressurgimento do

tribalismo, do ideal comunitário, do sentimento de pertença a um grupo. As tatuagens, os *pierings*, as músicas, as comunidades na internet, a proliferação da espiritualidade entre os jovens, o crescimento das igrejas emergentes, tudo isso demonstram um *zeitgeist*, um “espírito do tempo” que apontam para um ideal comunitário, para novas maneiras de expressar o estar junto, para uma partilha de emoções vividas em comum, para uma transcendência iminente que ultrapassa o indivíduo (MAFFESOLI 2012).

O importante nessa perspectiva pós-moderna é a percepção de que há uma ambiência difusa que atinge o espírito pós-moderno, mergulhando-o numa comunidade, numa aproximação, num manter-se junto, fazendo com que o indivíduo se perca na tribo. A verdade, na condição pós-moderna, está muito ligado à comunidade da qual o indivíduo participa. Logo, muitas comunidades, muitas verdades.

No jornalismo, o tribalismo se manifesta de forma clara nos veículos de comunicação impresso. A Revista Veja escreve para seu público alvo, já escolhido e segmentado. Por isso, a agenda e o imaginário que vai guiar os textos da revista dialogam com a agenda e com o diálogo do seu público leitor. Nesse contexto, os mitos voltam com força máxima porque eles estabelecem vínculos, invocam histórias locais e particulares que regem determinada tribo, enraizando-as localmente e aumentando a ligação entre revista e público leitor. O pós-moderno constrói o mundo social a partir de arquetípicos em torno dos quais as tribos se contemplam e adquirem um rosto.

É efetivamente isto, de um ponto de vista epistemológico, que justifica a volta do comunitário: a participação estética num substrato comum. O fato de que as emoções, os sentimentos de pertencer, os diferentes afetos não passam de ‘encarnações’ pontuais de uma memória arcaica (MAFFESOLI, 2007, p. 78).

Maffesoli (2012, p. 102) define o pós-moderno como “*sinergia do arcaico e do desenvolvimento tecnológico*”. Por arcaico, Maffesoli entende tudo aquilo que é da ordem do afetivo, da emoção, do sentimento. Já o desenvolvimento tecnológico foi uma das consequências diretas do desenvolvimento científico. Na ambiência pós-moderna, o lado humano arcaico, primeiro, fundamental, entra em contato com o filho direto do progresso científico, a saber, a tecnologia de ponta. Nesse sentido, para Maffesoli (2012), a técnica que outrora vinha desencantando o mundo passa a reencantá-lo novamente.

A pós-modernidade seria assim o fim da ideia de uma modernidade essencialmente utilitária, pragmática e o começo de uma modernidade também lúdica, feita de jogos e de imagens. Convém observar como a internet, uma tecnologia criada para uma utilidade militar

e informacional, é empregada pelos indivíduos para bater papo, curtir fotos, conversar, entre outras atividades da ordem do lúdico e do banal. “Esse lúdico, estrutura antropológica, isto é, estrutura de raízes profundas e antigas, encontra a ajuda do desenvolvimento tecnológico” (MAFFESOLI, 2012, p. 87).

Essa busca pelo comunitário, pelo sentimento de pertença promove assim uma integralização dos meios de comunicação ao redor do mundo, uma sinergia entre o arcaico e o moderno. Por sua vez, a formação dessa Aldeia Global, com circuitos eletrônicos, fomentaria a *noosfera*. Esse último termo foi desenvolvido pelo padre jesuíta *Teilhard de Chardin* a fim de designar a esfera do pensamento humano, o mundo de ideias que circunda a terra. Nesse sentido, enquanto a *biosfera* indicaria à zona terrestre que contém vida, a camada natural que envolve a terra, a *noosfera* diz respeito à zona terrestre de ideias que circundam nosso planeta, e que, apesar de serem abstratas, são dotados também de uma realidade objetiva que ganha autonomia com o passar do tempo.

Para Morin, (2011), da mesma forma que há uma diversidade surpreendente e abundante de vida na atmosfera, como o *sapiens*, os vírus, as árvores, os golfinhos, as estrelas do mar, os cavalos, os cães, etc; a *noosfera* também comporta uma variedade imensa de propriedades, como as entidades, os arquetípicos, símbolos, mitos, ideias, crenças, religiões, OVNI's, abstrações, filosofias, conhecimentos, teorias, figurações estéticas e matemáticas, encadeamentos lógicos, entre outras. Dentro desse contexto, Morin (2011) afirma:

Essa esfera é como um meio, no sentido mediador do termo, interposto entre nós e o mundo exterior para fazer-nos comunicar com esse. É o meio condutor do conhecimento humano. Além disso, envolve-nos como uma atmosfera propriamente antropossocial. Assim como as plantas produziram o oxigênio da atmosfera, agora indispensável à vida terrestre, as culturas humanas produziram símbolos, ideias, mitos, que se tornaram indispensáveis a nossa vida social. Os símbolos, ideias, mitos, criaram um universo onde os nossos espíritos habitam (MORIN, 2011, p. 140).

A *noosfera* é um elemento da realidade, mas é um real de outra natureza. Fazem parte dela as entidades que, ao ultrapassar a materialidades, transcenderam também os espíritos individuais, adquirindo assim existência própria. A *noosfera* não é a cultura. Ela emerge dessa última e com o tempo adquire certa autonomia, sendo considerada como uma realidade objetiva, e sendo povoada com o que Morin (2011) chama de seres do espírito.

Ao adquirir relativa existência própria, as entidades da *noosfera* entram num anel retroativo entre sociedade e espírito, onde cada uma é gerado e gerador do outro, ou seja, “o mito coproduz a sociedade que o produz, a ideia coproduz o espírito que o produz. O espírito/cérebro e a cultura condicionam, eco-organizam, limitam, libertam a *noosfera*, a qual

condiciona, eco-organiza, limita, liberta o espírito/cérebro e a cultura” (MORIN, 2011, p. 150). Há assim um jogo complexo, dialógico, complementar, antagônico e incerto entre mito, sociedade e indivíduo.

Nesse relacionamento mútuo/antagônico/complementar há, de todas as partes, exploração, subjugação, busca pela autonomia, parasitismo ou qualquer outras das inúmeras possibilidades. É dentro desse relacionamento noosférico que Veja vai procurar tecer suas narrativas. Afinal, são os mitos que estão presentes na sociedade que vão estar por trás das narrativas jornalística, dando-lhe força vital.

Há um conjunto de imagens sobre a língua, que estão presentes no imaginário social. É dele que a revista vai procurar dialogar a fim de dar sentido ao que está sendo narrado. Veja, a todo tempo, dialoga com o indivíduo e com o social que retroagem sobre o imaginário num anel rotativo complementar/antagônico/incerto que é constantemente criado e recriado.

Sem ocultar ou negar as determinações e condições sociais, culturais, históricas, sem ocultar ou negar os sujeitos cognoscíveis e crentes, ou a realidade crucial do psiquismo humano, o ponto de vista noológico permite descrever objetivamente os fenômenos noosféricos, conhecer as suas regras, modos de organização metabiológicos das ideias, doutrinas e ideologias e tomar consciência das relações dominadoras e subjugantes que essas entidades, nascidas nos espíritos humanos, impõem a esses mesmos espíritos (MORIN, 2011, p. 191).

As ideologias, religiões, mitos, fabulas, doutrinas, teorias se dão dentro de uma realidade histórica, social, cultural, econômica e política. Ao mesmo tempo, as realidades históricas, sociais, culturais, econômicas e políticas buscam sua vitalidade na noosfera. Assim, a noosfera não é fechada, independente, autônoma. Os seres do espírito estão interligados aos contextos que os produziu, bem como os contextos estão interligados aos seres do espírito que lhes fomentaram. Há uma autonomia/dependência entre a noosfera e os contextos sócio-histórico-culturais.

A Revista Veja, por exemplo, vai buscar na noosfera a ideia de uma língua padrão; de pessoas que dominam “completamente” essa língua exemplar, sendo capazes de ensiná-las ao que não sabem; de um paraíso a ser alcançado para quem domina essa língua modelo – que no caso específico diz respeito à ascensão social. A revista também recorre a noções mais vitais que guiaram os mitos quando o assunto é a linguagem humana, como o da origem e desaparecimento da fala, a diversidade linguística, a explicação do porquê falamos como falamos, a volta de uma língua que era entendida por todos, entre outros tópicos presentes na noosfera.

Na dialógica jornal-sociedade, o *Veja* alimenta, desperta, cria, perpetua, dissemina, sustenta, revitaliza, ampara, escora, apoia, inverte, opõe, objeta e resiste à imagens, mitos e símbolos no cotidiano. Ao mesmo tempo, os imaginários da sociedade alimentam, despertam, criam, perpetuam, disseminam, sustentam, revitalizam, amparam, escoram, apoiam, invertem, opõem, objetam e resistem as imagens, símbolos e mitos na Revista *Veja*. Esse jogo pode ser mais bem compreendido pela Teoria Geral do imaginário tal como proposta por Gilbert Durand.

1.2 MOVIMENTOS DO IMAGINÁRIO DE GILBERT DURAND

O conceito de imaginário é polissêmico, aberto, inacabado, encaixando-se bem na sabedoria pós-moderna. Afinal, o imaginário escapa as definições pré-estabelecidas, fechadas e completas. O imaginário resiste às tentativas de totalização, de fechamento, de universalidade. Ele não pode ser facilmente colocado num caixote completo ou ser facilmente circunscrito.

O imaginário não só excede os vários sentidos, como também perpassa por vários campos de estudo. Para Baczo (1985), o estudo do imaginário é necessariamente pluridisciplinar, múltiplo e variado, com uma abordagem de tendências e uma diversidade metodológica que se cruzam e se contrapõem constantemente. Para compreender o termo, são necessários vários olhares teóricos, passando por diferentes campos do conhecimento.

Nosso olhar sobre o imaginário vem da Teoria Geral do Imaginário de Gilbert Durand. Uma das principais preocupações do autor é perceber o dialogo entre perene e efêmero, cultura e biologia, arcaico e presente, primordial e histórico. Para Durand (1996), o imaginário possui aquilo que Vilfredo Pareto classificou como resíduos e derivações: de um lado o imaginário é perene, se mantendo com os resíduos do inconsciente coletivo da humanidade; do outro ele muda constantemente, deriva, faz metamorfose com a cultura e a sociedade em que o *homo* está inserido.

Dessa forma, para Durand, o imaginário tanto comporta uma dimensão universal, residual, imutável, perene, quanto uma vertente histórica, temporal, flexível. Se por um lado, “é o mito que é o referencial último a partir do qual a história se compreende, a partir do qual o ‘mister de historiado’ é possível e não o inverso” e “sem as estruturas míticas, a inteligência histórica não é possível”; por outro lado, “o mito é, em última análise, um quadro, se não formal, pelo menos esquemático e que ele é incessantemente preenchido por elementos diferentes” e “a estrutura de um mito está sempre preenchida ‘pela raça, pelo meio e pelo

momento’!” (DURAND, 1996, p. 87 e 97). Ao falar sobre o mito, Durand enfatiza essa tensão existente entre o perene e o efêmero.

Tentar fixar o mito é um pouco quando, na física quântica, se tenta fixar a partícula microfísica – perde-se o seu conteúdo dramático. E é isto que, na maior parte das vezes, sucede aos estruturalistas! Eles fixam uma forma vazia que, por fim, se aplica a tudo e deixa de ter sentido. Mas, se se tentar colocar demasiadamente a tônica nos conteúdos, bloqueia-se nesse momento o aspecto sempiterno do mito, o aspecto da perenidade, e dispersa-se o mito em explicações evemeristas, acidentais, explicações ao mais puro nível do acontecimento histórico. [...], Isto produz-se com frequência, donde a necessidade de situar conjuntamente a derivação e a perenidade. Poder-se-ia dizer que são estas duas faces do mito. (DURAND, 1996, p. 97).

Nesse sentido, entendemos que o jornalismo pode ser melhor pesando em sua dimensão simbólico-mítica a partir da aproximação com referenciais teórico-metodológicos da Teoria Geral do imaginário tal como propostas por Gilbert Durand (1988, 1995, 1996, 2004, 2011, 2012). Dos vários pensadores que estudam o assunto, optamos pelo filósofo francês devido a sua ênfase em pensar o imaginário entre o perene e o efêmero, a utopia e o real, o onírico e o concreto, o arquetípico e o histórico-cultural.

O imaginário pode ser compreendido, pensado de dentro, aproximado, envolvido a partir das diversas metáforas empregadas pelos pesquisadores do assunto. Para Durand (2012, p. 18), o imaginário seria o conjunto de imagens que constitui o capital pensado da humanidade, “*o grande denominador fundamental onde se vêm encontrar todas as criações do pensamento humano*”.

O imaginário é o museu de “todas as imagens passadas, possíveis, produzidas e a serem produzidas” e “uma re-apresentação incontornável, a faculdade de simbolização de onde todos os medos, todas as esperanças e seus frutos culturais jorram continuamente desde os cerca de um milhão e meio de anos que o *homo erectus* ficou em pé na face da terra” (DURAND, 2011, p. 6 e 117).

Ainda para Durand (2012, p. 41), outro modo que ajuda a compreender o imaginário é o que resulta de um trajeto antropológico “no qual a representação do objeto se deixa assimilar e modelar pelos imperativos pulsionais do sujeito, reciprocamente, [...] as representações subjetivas se explicam ‘pelas acomodações anteriores do sujeito’ ao meio objetivo”.

Para Maffesoli (2001), o imaginário se aproxima daquilo que Walter Benjamin chamou de *aura*, ou seja, uma dimensão ambiental, uma matriz, uma atmosfera, a construção mental de um povo; o imaginário é o imponderável; é o estado de espírito que une um povo, o

coletivo; é o cimento social que estabelece vínculo; é a fonte comum de modos de olhar a realidade; é um estilo; é a aura de uma ideologia; é a alquimia que é ao mesmo tempo impalpável e real.

Assim como Durand, Maffesoli (2012, p. 91), afirma que o imaginário “é um *mesocosmo* entre o microcosmo pessoal e o macrocosmo coletivo”, sendo “um mundo do meio”, fazendo por isso uma ligação entre o corpo social e o indivíduo.

O imaginário também pode ser definido como uma rede etérea de valores e sensações compartilhadas, um motor, uma força propulsora de indivíduos ou grupos; uma fonte racional e não racional, a sensação humana de que faz parte de algo, o espírito de uma época, uma impressão no mundo (SILVA, J. M., 2006).

Para Benetti (2009, p. 177), o imaginário pode ser compreendido como “o conjunto de imagens que constituem a relação simbólica do homem com o mundo”. Sendo o ser humano um ser simbólico, produtor de imagens mentais, o imaginário seria o resultado desse “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”. Ele seria também “o fio que costura os homens uns aos outros, independentemente de suas origens, crenças, agrupamentos sociais ou inscrições ideológicas” (BENETTI, 2009, p. 287 e 288);

É possível ver que o imaginário é um substrato, uma essência, uma dinâmica, uma aura, um museu, um reservatório de imagens que tem raízes biopsíquicas e antropológicas, estando por isso presente em toda humanidade, sendo configurada e concretizada a partir da tensão de, por um lado, estar assentado em mitos, símbolos e rituais e que são estabelecidos, atualizados e modificados em cada cultura específica; e por outro lado, transcender a cultura, a história e o social porque lhes é anterior e etéreo, fazendo parte de uma matriz de sentido presente na psique humana e que se reveste concretamente das mais variadas formas, dependendo do contexto.

Apesar da possibilidade de apreender melhor a noção de imaginário a partir dos inúmeros conceitos apresentados acima, mostrando sempre a tensão existente entre o universal e o histórico, o real e o mágico, a proposta de Durand (2012) permite compreender e esclarecer melhor o processo de formação do imaginário – quer se trate de um indivíduo, quer se trate de uma cultura – a partir de conceitos-chaves do Trajeto Antropológico como (a) *scheme*; (b) *arquétipo*; (c) *símbolo*; (d) *mito*.

Para Durand (2012), o imaginário deve ser estudado primeiramente por uma perspectiva simbólica em detrimento da semiológica. Isso porque o símbolo não decorre

apenas de uma simples atribuição artificial e arbitrário que une um significante a um significado, mas detêm uma semântica especial, própria, apreendendo assim um sentido característico.

Ou seja, há uma anterioridade, tanto cronológica quanto ontológica, do símbolo sobre qualquer significância específica, colocando a estruturação simbólica na raiz do pensamento humano. É “esse grande semantismo do imaginário, que é a matriz original a partir do qual todo o pensamento racionalizado e o seu cortejo semiológico se desenvolvem” (DURAND, 2012, p. 31). O imaginário é “uma concepção que postula o semantismo das imagens, o fato de elas não serem signos, mas sim conterem materialmente, de algum modo, seu sentido” (DURAND, 2012, p. 59). Como resume Mello:

Com efeito, partidário da interdisciplinaridade e contrário ao dualismo filosófico que contrapõe o materialismo ao subjetivismo, através da teoria que desenvolveu, Durand ratifica a retórica da imagem simbólica e reabilita a dimensão dos arquétipos e a força diretiva dos mitos, pois que, segundo ele sustenta, o imaginário não é, como ainda se pensa, uma vaga abstração, uma vez que segue regras estruturais, com vistas a uma hermenêutica (MELLO, 1994, p. 45).

Por outro lado, o imaginário também não é um mero reflexo das pulsões individuais, que reduz o processo de simbolização a elementos que sejam totalmente exterior à consciência do *homo symbolicus*, como se o que faz o humano simbolizar fosse apenas um conflito entre as pulsões e o recalçamento social, uma espécie auto censura inconsciente, esteja ela na libido, na bissexualidade humana ou em outra instância fora da consciência.

Para Durand (2012), o imperialismo unitário da psicanálise freudiana é uma simplificação do processo imaginal humano. Dessa forma, Durand (2012) enfatiza que há uma não linearidade na formação do imaginário humano, ou seja, a formação simbólica humana não pode ser vista como um determinismo do tipo causal, mas tem um caráter pluridimensional.

Longe de ser uma censura ou um recalçamento que motiva a imagem e dá vigor ao símbolo, parece, pelo contrário, que é um acordo entre as pulsões reflexas do sujeito e o seu meio que enraíza de maneira tão imperativa as grandes imagens na representação e as carrega de uma felicidade suficiente para perpetuá-las (DURAND, 2012, p. 52).

Nesse sentido, o imaginário deve ser visto com um movimento próprio que caminha entre os desejos do ambiente social e natural, entre as pulsões subjetivas e o contexto sócio histórico. Logo, o imaginário deve ser compreendido para além dos embates entre culturalistas e psicólogos fenomenológicos, entre os que consideram obra de recalque ou

frutos da arbitrariedade, da desrazão ou ainda uma falsidade, percebendo assim sua dupla dimensão, universal e particular, onde a capacidade humana de simbolizar é preenchida por momentos históricos e culturais particulares, criando simbologias e mitologias próprias.

O imaginário acontece através do que Durand (2012, p. 41) chama de “trajeto antropológico”, ou seja, a “*incessante troca que existe ao nível do imaginário entre as pulsões subjetivas e assimiladoras e as intimações objetivas que emanam do meio cósmico*”. Há nesse caso uma “gênese recíproca” que transita entre gesto pulsional do *homo symbolicus* e o meio sócio-histórico em que ele vive, entre o indivíduo e o social. Analisando dessa forma o imaginário, percebe-se que “o símbolo é sempre o produto dos imperativos biopsíquicos pelas intimações do meio” (DURAND, 2012, p. 41).

Esse trajeto de dupla mão, ou seja, que parte tanto do cultural quanto de uma pulsão biológica, onde o essencial do imaginário se encontra entre esses dois marcos, ajuda a dialogar com o indivíduo e com o social através dessa ponte (SILVA, G., 2009). Em Eliade (1991, p. 21 e 13) vemos o mesmo diálogo entre o onírico e o social quando ele afirma que “a atualização de um símbolo não é mecânica: ela está relacionada às tensões e às mudanças da vida social, e em último lugar aos ritmos cósmicos”. Sendo assim, é possível perceber que “os símbolos jamais desaparecem da atualidade psíquica: eles podem mudar de aspecto; sua função permanece a mesma. Temos apenas de levantar suas novas máscaras”.

A fim de entender como ocorre esse diálogo entre a faculdade simbólica humana e o meio sócio-histórico, comecemos com o primeiro conceito-chave, o de *scheme*: eles são o esqueleto do trajeto, o esboço funcional da imaginação, os rastros, o primeiro movimento, a base da figuração simbólica, a diretriz matriarcal, a tendência geral dos gestos que se concretiza numa “generalização dinâmica e efetiva da imagem” (DURAND, 2012, p. 60). O *scheme* durandiano não tem uma substantivação precisa, constituindo assim a base da figuração simbólica uma vez que ela é fruto das pulsões motoras biopsíquicas, instintivas e inconscientes do *homo symbolycus*.

Esse esqueleto da imaginação faz junção entre “os gestos inconscientes da sensório-motricidade, entre as dominantes reflexas e as representações” (DURAND, 2012, p. 60). O *scheme* é uma dimensão biopsíquica abstrata que faz a junção entre os gestos inconscientes e as representações, estruturando o imaginário a partir de três reflexos dominantes básicos do corpo humano: (a) a dominante de verticalidade da postura humana (movimento de subida e o da divisão manual ou visual); (b) a dominante de nutrição (movimento de deglutição, de descida do alimento); (c) a dominante copulativa (movimento cíclico, dos ritmos sexuais).

O *scheme*, em contato com o ambiente natural e social, vai se “substantificar”, ganhar contornos coletivos, dando origem aos arquétipos. Essas “imagens primordiais” foram definidas por Jung (2000, p. 16) como “tipos arcaicos - ou melhor - primordiais, isto é, [...] imagens universais que existiram desde os tempos mais remotos”. Os arquétipos são característicos do *homo sapiens* como um fator apriorístico, uma manifestação do inconsciente coletivo da humanidade, ou seja, um estado preliminar que está presente no comportamento cognitivo inato do *sapiens* e que serve de protótipo, de zona matricial a fim de dar origem às diversas ideias.

Essas “imagens primordiais” se aproximam da noção de ideia no sentido platônico, coincidindo, no mínimo, com o início da espécie humana. Nesse sentido, os arquétipos não podem ser totalizados no seu conteúdo, ou seja, confundidos com “ideias inconscientes”. Elas não são um conjunto de ideias herdadas, mas uma forma original, uma moldura desprovida de substância, “um elemento vazio e formal em si, nada mais sendo do que *uma facultas praeformandi*, uma possibilidade dada a priori da forma da sua representação [...] as quais [...] correspondem aos instintos igualmente determinados por sua forma” (JUNG, 2000, p. 91).

Durand (2012) segue Jung (2000) afirmando que as matrizes arquetípicas correspondem a uma substantivação dos *scheme*. Em outras palavras, os arquetípicos são os intermediários entre a dimensão biopsíquica abstrata do *sapiens* e as imagens fornecidas pelo ambiente, ou nas palavras de Durand (2011, p. 91), “os moldes ocultos que aguardam serem preenchidos pelos símbolos distribuídos pela sociedade, sua história e situação geográfica”.

Por isso, a capacidade do *homo* de simbolizar não tem exatamente a primazia das imagens, como uma determinante do inconsciente coletivo, mas dialoga com o contexto histórico-social do *sapiens*, sendo influenciada pelo tempo e pelas circunstâncias sócio-históricas. Essas imagens primordiais “constituem o ponto de junção entre o imaginário e os processos racionais” (DURAND, 2012, p. 61).

Ligando os *schemes* ao contexto sócio-histórico-cultural, essas matrizes funcionam como uma fonte de energia, uma força de coesão comum que está por trás dos vários símbolos e que é liberada pelo ambiente natural ou social. Esses arquétipos são bastante estáveis, universais, mas que “ligam-se a imagens muito diferenciadas pelas culturas e nas quais vários esquemas se vêm imbricar” (DURAND, 2012, p. 61). Dessa forma, o *scheme* da subida correspondem universalmente aos arquétipos do cume, do chefe, do alto; o *scheme* do aconchego provocará os arquétipos da intimidade, da mãe, do colo, do alimento.

Em seguida, o arquétipo é concretizado e materializado no *símbolo*, ou seja, faz-se o preenchimento das matrizes arquetípicas com conteúdo sócio-histórico-cultural palpáveis

e tangíveis. Durand (1988, p. 110) afirma que derivado das imagens primordiais, “o símbolo, em seu dinamismo instaurativo à procura de sentido, constitui o modelo mesmo de mediação do Eterno no temporal”, sendo por isso o arquetípico solidificado, vestido, materializado.

O símbolo tem uma semântica própria, não sendo algo convencional ou arbitrário, se equilibrando uns com os outros conforme o grau de coesão dos indivíduos e da sociedade (DURAND, 1988). Conforme o tempo passa, e convergindo cada vez mais nas particularidades culturais, nos acontecimentos sócio-histórico, o símbolo tende a torna-se um signo, um sintema, migrando da semântica para a semiologia, se degradando em um sinal puramente social, perdendo sua plurivocidade (DURAND, 1996).

Enquanto o arquetípico tem uma universalidade, o símbolo se caracteriza por sua diversidade. Como ele é a expressão concreta do arquetípico, sua diversidade pode ser influenciada pelo meio físico, como o clima e a vegetação, ou pelo meio social, como a tecnologia e a organização familiar. Durand (2012) enfatiza que enquanto as imagens primordiais estão no caminho da ideia, da substantivação, o símbolo está no caminho do substantivo, do nome.

O *scheme* da subida corresponde universalmente ao arquetípico do céu, mas que variam quando simbolizados e materializados nas mais diversas culturas, sendo transformados ou em flechas voadoras ou em aviões ou em algum outro símbolo que remata ao alto.

Na dinâmica dos *schemes*, arquetípicos e símbolos encontra-se o mito que, sob o impulso de um esquema, tende a compor-se em narrativa, ou seja, apresentar-se sobre forma de história, de relato. Sendo assim, o mito é um primeiro pontapé de racionalização, a organização discursiva do imaginário na memória coletiva dos vários povos. O mito abrange e arranja os *schemes*, arquetípicos e símbolos numa narrativa basilar, racional, dentro de um determinado contexto social. “O mito é uma narrativa simbólica, conjunto discursivo de símbolos, mas o que nele tem primazia é o símbolo e não tanto os processos da narrativa” (DURAND, 1996, p. 42).

Enquanto o arquetípico promove a ideia, e o símbolo origina o nome, o mito fomenta a doutrina religiosa, o sistema filosófico, a narrativa lendária (DURAND, 2012). Por isso, o mito procurará organizar o mundo, estabelecer os modelos das relações sociais, orientando o desenvolvimento da sociedade. Os mitos não são simplesmente narrativas, no sentido de contar uma estória, mas são a maneira que os seres humanos encontraram de, através das palavras, organizarem, enquadrarem e interpretarem a realidade. Um exemplo de como tudo isso pode ser organizado está na imagem mítica do cangaceiro. Ela é derivada de uma

experiência regional nordestina, que por sua vez está ligada ao arquetípico do herói, que advém do *scheme* da divisão, entre o bem o mal (PITTA, 2005).

Esse percurso dos *schemes*, *arquetípicos* e *símbolos* dentro de um *mito*, embora comporte combinações simbólicas diversas, obedecem a uma ordem, seguem um padrão, são enquadrados dentro de protocolos normativos das representações imaginárias originais denominadas estruturas. “Cada imagem - seja ela mítica, literária ou visual – se forma em torno de uma orientação fundamental, que se compõe dos sentimentos e das emoções próprios de uma cultura, assim como de toda experiência individual e coletiva” (PITTA, 2005, p. 22).

Como é possível perceber durante todo esse trajeto antropológico, o imaginário está enraizado no *homo sapiens* de tal forma que não pode ser redutível às percepções humanas, nem a arbitrariedade do símbolo, mas que confere uma lógica, uma estrutura a partir da dialógica entre o potencial humano de simbolização e os diversos contextos sócio-históricos-culturais. É como se o imaginário fosse um organismo vivo, dinâmico, que perpassa todas as manifestações simbólicas humanas.

Podemos dizer que o imaginário é o elo que perpassa uma dimensão universal e particular, que mergulha o *sapiens* tanto no passado arcaico da humanidade, quanto nos contextos sócio-histórico-culturais. Essa tensão entre matrizes arquetípicas do *homo* e os contextos concretos em que ele está presente, entre o patrimônio imaginário da humanidade e a história, nos ajuda a perceber como a “estrutura de um mito está sempre preenchida pela raça, pelo meio e pelo momento” (DURAND, 1996, p. 97).

Nesse sentido, “o que a antropologia do imaginário, e só ela, permite é reconhecer o mesmo espírito da espécie em ação tanto no pensamento ‘primitivo’ como no civilizado, tanto no pensamento normal como no patológico” (DURAND, 1988, p. 106). O imaginário não é algo imutável, fixo, totalmente inflexível, nem tão pouco algo totalmente arbitrário e relativo, mas fruto de uma articulação que transcorre, por um lado, por arquetípicos e *schemes* que são universais; e por outro lado, que se reveste em símbolos e mitos relativos aos mais diversos contextos culturais.

Isso possibilita ao imaginário dos diversos povos está sempre em movimento, numa transformação contínua ou num renovar constante, principalmente ao interagir com as diferentes realidades – e as diferentes interpretações da realidade.

Como é possível perceber, o imaginário dialoga com o conceito de pós-modernidade de Maffesoli (2007, 2012), quando esse último afirma que o primeiro se dá pela sinergia entre o arcaico e o progresso tecnológico. Dessa forma, as diversas concepções de mundo vão resultar nesse encontro entre dois tempos: de um lado o tempo primordial, derivado dos

alicerces arquetípicos do *sapiens* e de sua estrutura biopsíquica; e do outro lado o tempo histórico, que preenche o primeiro pelas intimidações do meio, modelando os arquetípicos universais. Assim, o imaginário tem em sua dinâmica os vestígios de sua transitoriedade, dos eventos no qual ele se encontra, dos seus contextos específicos. Por isso, em diferentes contextos teremos diferentes imaginários – ainda que uma pulsão universal os perpassa.

Mesmo que os mitos percam seu posto oficial, nunca desaparecem completamente, mas são desgastados, corroídos, podendo passar por uma “reutilização que se manifesta por ressurgimentos de estilo, de modos diversos, de mitologemas” (DURAND, 1996, p. 164). No entanto, essa reutilização não se dá de forma mecânica, maquinal, forçada e estereotipada, mas de forma revitalizada, dentro e conforme o contexto sócio-histórico-cultural em que ressurgem, dentro da dinâmica do momento.

Temos um desgaste do mito mas não um desaparecimento, porque a semente mítica pode sempre germinar de novo. Creio, efetivamente, que um mito nunca desaparece – ele pode adormecer, pode definhir, mas está à espera do eterno retorno [...]. Quando um mito desaparece, aparece outro que o substitui. Mas eles giram em círculos porque, para dizer a verdade, não há mitos novos. Paradoxalmente, qualquer mito é sempre novo porque está investido numa cultura e numa consciência, ao contrário do se esquematismo (DURAND, 1988, p. 111 e 116).

Durand (1996) faz uma elucidativa comparação: o mito é como um quadro, ou seja, ainda que mantenha o mesmo esquema, ele é incessantemente preenchido por elementos diferentes. Ele é em si flutuante, dialogando com uma família ou com diversas famílias diferentes. Os mitos podem adormecer, desgastar-se, corroerem-se, mas eles nunca desaparecem completamente. E quando voltam, nunca voltam da mesma forma.

Quando um mito desaparece, aparece outro que o substitui. Mas eles giram em círculos porque, para dizer a verdade, não há mitos novos. Paradoxalmente, qualquer mito é sempre novo porque está inserido numa cultura e numa consciência, ao contrário do seu esquematismo (DURAND, 1996, p. 116).

Portanto, o retorno de um mito nunca é sua repetição pura e simples, mas uma releitura feita dentro de um dado contexto sócio-histórico. A própria dinâmica dos mitos, presente na dialógica entre universal e histórico, não permite que eles sejam rígidos, estáticos, fiel a uma dada estrutura, nem que sua volta se dê de forma maquinal e mecânica. Ao contrário: apesar de ter uma dimensão perene, os mitos são sempre ressignificados e atualizados a depender do contexto em que estão inseridos.

II O IMAGINÁRIO NO FENÔMENO JORNALÍSTICO

2.1 QUANDO O *HOMO MYTHOLOGICUS* ENCONTRA A MÍDIA

Como o *homo mythologicus* se encaixa no contexto de uma sociedade midiática? Mais especificamente, como o *homo mythologicus* interage com o jornalismo? Essas questões são significativas já que os meios de comunicação ocupam um lugar expressivo no ambiente social pós moderno. Ou melhor, o ambiente e a mentalidade do *homo* pós moderno só é possível pela tecnociência, ou seja, pela invasão da ciência, da mídia e da tecnologia no cotidiano das pessoas, saturando-as com signo (SANTOS, 2006) e colocando-as em contato com várias fontes de informação (GRENZ, 2008).

Nesse contexto, a mídia opera com e a partir do imaginário da sociedade contemporânea, produzindo-os ou reproduzindo-os, tecendo noções no cotidiano que fazem parte da nossa experiência diária.

A fim de refletir sobre as diferentes instâncias que os meios de comunicação social empregam como produtores e reprodutores de sentidos simbólicos, da construção da realidade social, do diálogo constante com o imaginário do *homo mythologicus*, será útil começar com o que Wolf (1995) e Santaella (2001, p. 62 e 63) classificam como tendências culturológicas e midiáticas dos estudos de comunicação, ou seja, os estudos que abordam a mídia e suas implicações “como componentes de uma dimensão sócio-antropológica maior, a dimensão da cultura, na qual os meios encontram uma lógica de desenvolvimento que lhes é própria, mas ao mesmo tempo inseparável das injunções culturais”.

O olhar culturológico sobre os meios de comunicação buscam entender o papel da mídia nas novas formas de cultura da sociedade contemporânea (WOLF, 1995). O objetivo é entender a relação entre o *sapiens* e o *medium* a partir de uma dimensão sócio-antropológica. Com isso, procura-se compreender o novo imaginário cultural que os meios de comunicação trouxeram para a vida cotidiana a partir de uma nova realidade inaugurada pela sociedade da imagem e pela era da eletrônica.

Para esse estudo, é importante esclarecer que o termo mídia não deve ser visto apenas em sua materialidade, ou seja, como sinônimo de um dispositivo técnico, de um suporte, de um canal, de um veículo ou ainda como a soma dos meios de comunicação, mas como “o fluxo comunicacional, acoplado a um dispositivo técnico [...] e socialmente produzido pelo mercado capitalista em tal extensão que o código produtivo pode tornar-se ‘ambiência’ existencial” (SODRÉ, 2009a, p. 20).

Essa noção de fluxo, de canalização, atrelado aos moldes do capitalismo, leva em conta a dinâmica da mídia de, por um lado, constituir a sociedade pós-moderna formando o ambiente existencial; e por outro lado, ser influenciada e constituída pelo capital.

Uma primeira reflexão que pode nos ajudar a trilhar esse caminho são alguns *insights* de Marshall McLuhan (2007). A contribuição do autor canadense é importante porque ela busca responder a pergunta: porque o *homo* atual vive como vive? Para refletir sobre essa questão, McLuhan (2007, p. 11) parte do pressuposto de que o “meio é a mensagem”, ou seja, “em termos da era eletrônica [...] já se criou um ambiente totalmente novo”. E o conteúdo desse novo ambiente, é o velho ambiente mecânico da era industrial.

Quando introduzidos na sociedade humana, os meios de comunicação trazem inovações antropológicas que são intrínsecas à tecnologia introduzida, ou seja, os meios de comunicação, qualquer deles que seja, quando introduzidos na sociedade, trazem para a vivência humana novas dinâmicas, novas relações, novas grandezas que abrangem consequências sociais e psíquicas.

McLuhan (2007) parte de uma perspectiva tecno-culturalista, afirmando que os meios de comunicação ligam-se ao *homo* de forma antropológica, moldando a organização social, estruturando a relação espaço-tempo, criando e configurando um tipo de mentalidade, de sensibilidade, de percepção no ser humano.

Dessa forma, uma nova tecnologia traz em seu conteúdo a tecnologia anterior, só que, como uma bola de neve que vai crescendo, o meio anterior junta-se ao novo meio introduzindo uma mudança de escala, de cadência, de padrões que conduz a uma nova consciência nas coisas humanas. Assim, os meios de comunicação passam a não serem apenas simples canais transmissores de conteúdo, mas fomentadoras de novos ambientes sociais, de novas interações e de novas estruturas na sociedade em geral.

Essa nova percepção, essa nova consciência, acaba transpirando em todos e por todos os sentidos humanos. Afinal, as tecnologias comunicativas impactam a forma como o *homo* percebe, por exemplo, a relação espaço-temporal. Por isso, McLuhan (2007) afirma que a mídia é uma extensão do homem, ou seja, elas são uma prótese, uma auto amputação, uma parte do nosso corpo, uma extensão tecnológica que cria um meio ambiente ou um outro ambiente.

A mídia amplia, prolonga ou intensifica nossos órgãos. A tecnologia é *extensora* dos nossos sentidos, nos influenciando, nos modificando, interferindo no modo como percebemos a realidade – mas ao mesmo tempo sendo influenciada, modificada e mudada por nós, humanos. Uma consequência direta desse processo é que “qualquer novo meio, por sua

aceleração, provoca rupturas nas vidas e nos investimentos da comunidade inteira” (MCLUHAN, 2007, p. 122).

Sodré (2009a, p. 21) segue McLuhan (2007) ao afirmar que a sociedade contemporânea é regida pela midiatização, ou seja, pelo processo onde há uma articulação entre o funcionamento das instituições sociais e a mídia. A sociedade pós-moderna está imersa nesse espaço midiatizado, sendo agora regida pelas novas tecnologias, pela tendência à virtualização do social, pela telerrealização das relações humanas.

Esse *medium* agora é visto como uma prótese mercadológica e tecnológica da realidade sensível, como o *ethos*, o *modus operandi* que movimenta uma determinada formação social, onde há uma articulação entre os meios de comunicação e informação com a sociedade.

A fim de compreender melhor como o *medium* é percebido na sociedade pós moderna, Sodré (2009a) faz uma comparação entre o *medium* contemporâneo e o espelho: o espelho, de certa forma, traduz o mundo sensível, abrangendo na sua superfície tudo aquilo que reflete. “O *medium*, por sua vez, simula o espelho, mas não é jamais puro reflexo, por ser um condicionador ativo daquilo que diz refletir” (SODRÉ, 2009a, p. 21).

Assim, o espelho midiático não é uma cópia, um reflexo, uma reprodução da realidade, mas compreende uma nova forma de percepção, um novo espaço, um novo modo de coletividade, em suma, um novo parâmetro da ambiência social. “Implica a midiatização, por conseguinte, uma qualificação particular da vida, um novo modo de presença do sujeito no mundo ou, pensando-se na classificação aristotélica das formas de vida, um *bios*¹⁰ específico” (SODRÉ, 2009a, p. 25).

Sodré (2009b) afirma que, na cultura ocidental, o imaginário é fruto de uma imaginação social ativa que leva tanto aos criadores quanto aos contempladores a participarem das várias formas de circulação do sensível na sociedade contemporânea. Na sociedade pós moderna, capaz de produzir e reproduzir infinitas formas sonoras, visuais, táteis, através do fluxo informacional e dos recursos dos meios de comunicação, esse repertório de imagens materializa-se na *bios* virtual.

Nesse sentido, “o imaginário realiza-se tecnologicamente, confundindo-se com as representações humanas da vida real” (SODRÉ, 2009b, p. 25). Na sociedade midiática, a

¹⁰ Sodré (2009) recorre a Aristóteles a fim de definir o termo *bios*. Na obra *Ética a Nicômaco*, o filósofo grego distingue três gêneros de existência, de dimensões ou de *bios* na *Polis*: a vida contemplativa (*bios theoretikos*), a vida política (*bios politikos*) e a vida prazerosa (*bios apolaustiko*). Nessa perspectiva, a midiatização seria um quarto *bios* na *Polis*, uma nova forma de vida, uma outra instância da existência.

associação entre imaginário e cotidiano difere radicalmente da forma como as sociedades de outrora percebiam e interagiam com o imaginário.

A mídia assim atravessa os conteúdos do imaginário, estruturando e reestruturando as percepções, cognições, além de funcionar como uma agenda coletiva, como pauta das coisas que devem ser discutidas e/ou feitas. Desse contexto, emerge uma outra condição antropológica, outra reformatização, outra reconfiguração da vida social.

A mídia não é apenas um instrumento de difusão de informações, mas produtora dos mais diversos sentidos sociais, uma vez que ela é inescapável, ou seja, está presente em vários aspectos do viver contemporâneo. Essa abrangência midiática na vida cotidiana faz com que a percebamos como uma parte da textura geral da experiência, uma dimensão essencial de nossa realidade, uma parte do real, uma presença constante da nossa vida diária (SILVERSTONE, 2005).

Seja ela vista como uma quarta *bios* (SODRÉ, 2009a), seja como uma extensão do homem (MCLUHAN, 2007), deve ter ficado claro que os meios de comunicação não são simples transmissores de informação e de conteúdo simbólico a indivíduos. O uso midiático na sociedade da pós modernidade “implica a criação de novas formas de ação e de interação no mundo social, novos tipos de relações sociais, novas maneiras do indivíduo com os outros e consigo mesmo” (THOMPSON, 2009, p. 13). A mídia altera de maneira fundamental a organização social e temporal de uma sociedade que não estão mais ligadas ao compartilhamento de um local comum.

Esse processo se dá porque os meios de comunicação são meios de produção e difusão de formas simbólicas no espaço e no tempo. Essa transmissão acontece através de algum meio técnico ou substrato material com a capacidade de fixar ou preservar uma determinada informação, reproduzi-la em larga escala, permitindo assim o distanciamento de um dado conteúdo simbólico do seu contexto de produção (THOMPSON, 2009).

Essa é uma das principais características dos meios de comunicação social: eles têm a capacidade de dissociar os produtos simbólicos de seu ambiente físico-temporal, bem como fazer com que as pessoas possam ter contato com determinado tipo de conteúdo ainda que não partilhe do mesmo contexto espaço-temporal em que esse último foi produzido.

Hoje vivemos num mundo em que a capacidade de experimentar se desligou da atividade de encontrar. O sequestro das experiências de locais espaço-temporais da vida cotidiana vai de mãos dadas com a profusão de experiências mediadas e com a rotineira mistura de experiências que muitos indivíduos dificilmente encontrariam face a face (THOMPSON, 2009, p. 182).

Com os meios de comunicação há uma separação entre o contexto da produção e o contexto da recepção. Por isso, a disponibilidade de produtos simbólicos atravessa espaço e tempo, podendo alcançar um número indefinido de receptores potenciais e que, de outra forma, não teriam acesso a um certo imaginário. Dentro dessa perspectiva, Thompson (2009) afirma que os meios de comunicação não apenas alteram as configurações da sociedade, como também desempenham um importante papel no andamento dos acontecimentos e na construção do mundo social.

A mídia se envolve ativamente na construção do mundo social. Ao levar as imagens e as informações para indivíduos situados nos mais distantes contextos, a mídia modela e influencia o curso dos acontecimentos, cria acontecimentos que poderiam não ter existido em sua ausência (THOMPSON, 2009, p. 106).

Dessa forma, como a realidade que o indivíduo molda é permanentemente afetada pelo acesso aos produtos simbólicos disponíveis, à mídia se torna ponto de referência para nosso cotidiano, construindo conceitos que farão parte do nosso dia a dia e tornando-se uma das principais formadoras e fomentadoras da ambiência social em que vivemos. A mídia “filtra e molda realidades cotidianas, por meio de suas representações singulares e múltiplas, fornecendo critérios, referências para a condição da vida diária, para a produção e manutenção do senso comum” (SILVERSTONE, 2005, p. 20).

Ao falar sobre a linguagem humana, Veja coloca em circulação na sociedade vários conceitos e percepções que as pessoas tem – e terão – sobre o assunto: como a língua se relaciona com a vida profissional, acadêmica e com o dia a dia; como a linguagem se originou; qual a relação entre língua e sociedade. Conceitos sobre a linguagem humana que outrora poderiam ser restritos a um pequeno núcleo de pessoas ou a uma limitação geográfica, graças à circulação da publicação, podem ser lidos e incorporados por seus leitores brasileiros.

Em Morin (2005) temos outro pensador que reflete sobre a mídia de uma perspectiva culturológica, nos ajudando a pensar sobre como se dá o diálogo entre a mídia e o imaginário e como esse último é modelado na sociedade contemporânea. A cultura de massa¹¹, para o

¹¹ Por cultura de massa, Morin (2005, p. 14) entende a cultura que é “produzida segundo as normas maciças de fabricação industrial; propaganda pelas técnicas de difusão maciça [...]; destinando-se a uma massa social, isto é, um aglomerado gigantesco de indivíduos compreendidos aquém e além das estruturas internas da sociedade”. A cultura, para Morin (2005, p. 15), é definida como algo propriamente humano do ser biológico *homo*, em relação à natureza. As sociedades modernas seriam policulturais, ou seja, abrigaria no seu meio a cultura humanista, religiosa e nacional. A cultura de massa seria mais uma peça desse mosaico, destinada ao grande público e independente das estruturas internas da sociedade. Ela seria assim uma cultura constituída por “um corpo de símbolos, mitos e imagens concernentes à vida prática e à vida imaginária, um sistema de projeções e de identificações específicas” e que é cosmopolita e planetária. Fizemos essa observação sobre como Morin

autor, ampliou-se, “penetrando cada vez mais intimamente na vida cotidiana, no lar, no casal, na família, na casa, no automóvel, nas férias” (MORIN, 2005, p. 7).

Uma inferência que podemos tirar de Morin (2005), é que a mídia penetra, irriga, integra, recupera as várias correntes que passam pelo cotidiano; ao mesmo tempo, o cotidiano penetra, irriga, integra, recupera as várias correntes que passam pelos meios de comunicação.

Em Morin (2005), essa onipresença faz com que haja uma nova colonização, mas dessa vez não apenas horizontal, da natureza, mas da *psique*, da alma humana. Na sociedade midiática, o jornal, a revista, o rádio e a TV passam a constituir um outro ambiente planetário, uma cultura de massa mundial, onde há uma “segunda industrialização, que passa a ser a industrialização do espírito” (MORIN, 2005, p. 13). O conjunto de técnicas não apenas organizam o espaço exterior humano, mas penetram nos domínios interiores do homem, derramando aí suas mercadorias culturais.

Morin (2005) afirma que a cultura denota as relações propriamente humanas, constituindo assim num corpo complexo, diverso e extenso de normas, símbolos, mitos e imagens que “penetram o indivíduo em sua intimidade, estruturam os instintos, orientam as emoções” (2005, p. 15). Essa cultura dialoga constantemente com o imaginário, oferecendo assim pontos de apoio imaginários à vida prática, bem como pontos de referencia práticos a vida imaginária. Ela tanto toca nas culturas existentes, quanto é por elas tocadas.

Há uma complexidade sincrética, uma união entre o imaginário e o real. Na cultura de massa, esses imaginários não são projetados no céu, mas fixados na terra; não estão numa outra dimensão, mas entre nós; não são deuses distantes, mas olímpianos próximos; não são heróis imortais, mas tão mortais quanto nós.

Corroborando com o pensamento de Durand (2012), Morin (2005, p. 169) compreende que o imaginário da cultura de massa permite um tráfego constante entre o polo real e o polo imaginário, fazendo com que “o desenvolvimento do consumo imaginário provoca um aumento da procura real, das necessidades reais (elas mesmas cada vez mais embebidas do imaginário, como as necessidades de padrão social, luxo, prestígio)”.

Essa força impulsionadora da cultura de massa se deve a ênfase na sociedade contemporânea de valores como auto realização, bem estar e felicidade. Na medida em que há uma universalização desses valores, a cultura de massa tende a se alastrar, se disseminar, numa dialógica onde essas necessidades são percebidas e saciadas em parte pela cultura de massa, bem como a cultura de massa universaliza e faz perceber essas necessidades (MORIN,

emprega o termo cultura de massa porque estamos cientes dos vários problemas teóricos que englobam o conceito de “massa”.

2005). Os produtos simbólicos dessa nova forma cultural estão intrinsecamente ligados à natureza de sua produção industrial e ao seu ritmo de consumo cotidiano.

Esse cosmopolitismo criador por essa nova dialógica tem uma dupla natureza: (a) uma natureza antropológica, presente em todos os *homo* de todas as civilizações, ou seja, a humanidade tem certas disposições efetivas, essenciais, próximas do tronco arcaico; (b) e uma natureza moderna, que aspira uma vida melhor, procurando felicidade e satisfação pessoal e afirmando os valores dessa nova civilização. “A cultura de massa uni intimamente em si os dois universais, universal da efetividade elementar e o universal da modernidade. *Esses dois universais apoiam-se um sobre o outro e nesse duplo movimento acentuam-se a força de difusão mundial da cultura de massa*” (MORIN, 2005, p. 161).

A fim de entender essa dialógica entre o imaginário e a cultura de massa, Morin (2005) afirma que deve-se levar em conta o método da totalidade, que não desvincula um setor de outro, nem procura isolar as variantes ou perceber os meios de comunicação de forma isolada, mas tem consciência da relação complexa que existe entre os vários movimentos da sociedade, tendo consciência da relação observador-observado. “É preciso seguir a cultura de massa, no seu perpétuo movimento da técnica à alma humana da alma humana à técnica, lançadeira que percorre todo o processo social” (MORIN, 2005, p. 21).

Há em Morin (2005) uma nova visão sobre o imaginário, que se aproxima da ideia de quarta *bios* (SODRÉ, 2009), da mídia enquanto extensão do homem (MCLUHAN, 2007) e dos meios de comunicação como parte da textura social (SILVERSTONE, 2005). A mídia estaria ligada ao imaginário, sendo o motor e o movido, o produtor e o reproduzidor, o criador e o difusor, além de se tornar parte constitutiva, essencial desse processo.

A mídia é estimuladora e fomentadora dos imaginários sociais, mas ao mesmo tempo sendo estimulados e influenciados pelos vários imaginários presentes na sociedade. O movimento imaginário-*homo* é mais bem percebido a partir da teoria da complexidade tal como presente em Morin (2012a, 2011, 2012b).

Esse duplo movimento, mídia-imaginário no cotidiano, é retroativo, recursivo e dialógico. Na sociedade contemporânea, a mídia contamina o imaginário cotidiano, ao mesmo tempo em que os imaginários do cotidiano contaminam a mídia, numa retroalimentação incessante, onde a causa imaginal humana age sobre o efeito midiático, que retroage sobre a causa imaginal, cotidianamente *ad infinitum*. Para empregar a expressão de Morin (2012b, p. 167) sobre a relação indivíduo-sociedade, “os indivíduos produzem a sociedade que produz os indivíduos”.

Ao falar sobre a linguagem humana, o imaginário do público de *Veja* influencia o conteúdo da revista, que retroage no imaginário do público numa realimentação constante, chegando à autonomia organizacional da publicação. Nesse caso, como se verá na parte três, percebeu-se nas matérias de capa da publicação, durante o período de análise, assuntos ligados a comportamento, saúde, corpo e a qualidade de vida – temas que, nas matérias, se relacionam com a busca pelo sucesso profissional, que são os assuntos que interessam ao público alvo que a publicação procura alcançar.

Assim, não é apenas *Veja* que procura impor um imaginário sobre a língua no seu público alvo, nem seu público alvo é autônomo a ponto de decidir, por si só, quais temáticas e enfoques aparecerão na revista. Ambos dialogam, se auto influenciam, se chocam e dão origem aos textos que serão publicados.

Por isso, a fim de procurar entender a mídia na sociedade pós moderna é preciso ter “uma visão multidimensional da realidade humana” (MORIN, 2003, p. 10). Na formação do imaginário cotidiano, a mídia desempenha um papel expressivo. Todavia, ele não é central e nem mesmo único. A dialógica imaginário-mídia ocorre em situações concretas, onde entram em cena bagagens culturais, ruídos, cosmovisões, gostos, cognição, subjetividade, entre outros vários fatores. Para Morin (2003), é preciso ter noção dessa dimensão multifacetada da questão a fim de evitar simplificações grosseiras ou cair em teorias que não levam em conta a complexidade do cotidiano.

Para Maffesoli (2003), a comunicação é o “cimento social”, que “faz o *reliance* (religação)”, que “nos liga ao outro e que “funciona como cola no mundo pós moderno” (MAFFESOLI, 2003, p. 13). Tanto ela quanto o imaginário são empregados para nos retribalizar, para colocar em *primum relationis*, ou seja, nos unir uns aos outros, saciar nosso desejo de participação, de pertença, caracterizando assim o *modus vivendi* da ambiência pós moderna. O imaginário sobre a língua em *Veja* é uma forma de tribalização para seu público leitor. A revista funciona como ponto de referência, dando um sentido de pertencimento a uma determinada classe social, visão de mundo, carreira profissional.

Assim, a fim de procurar pertencer a um grupo, se religar, buscar o estar - junto, as pessoas procurarão em *Veja* elementos simbólicos que possam completar e complementar essa necessidade. Afinal, a comunicação, bem como o imaginário, tem a capacidade de estabelecer comunhão e a noção de partilha entre indivíduos e entre grupos. “A comunicação, portanto, é forma contemporânea de exprimir essa velha forma arquetípica de comunhão em torno de um totem” (MAFFESOLI, 2003, p. 16).

A relação entre o *homo mythologicus* e a mídia se faz significativa para Maffesoli (2003) porque esse último potencializa um dos mais sólidos arcaísmos humanos: estar em relação, perceber-se em seu sentido tribal, promover a *colagem*, dando assim substância ao senso de pertencimento da nossa espécie.

Tanto o imaginário quanto a mídia, trabalham em consonância porque ambos são tomados como cimento social que une os indivíduos, como laço social que possibilita a comunidade, como vínculo, como forma de partilhar socialmente um *modus vivendi* e o *modus operandi* na nossa sociedade. Como ambos possuem essa força aglutinadora e relacional, os dois acabam contribuindo para a retribalização do *sapiens* pós moderno.

O imaginário é a partilha com os outros de uma pedacinho do mundo. A imagem não passa disso: um fragmento de 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).

Para Contrera (1996), antes de sermos seduzidos por estrutura simbólica de poder, como são os meios de comunicação, somos primeiramente cativados pelos conteúdos míticos da sociedade, ou melhor, pelo imaginário do cotidiano. A mídia possui uma força de sedução significativa, mas essa atração é antes possível porque ela é o *locus* fecundo de proliferação de imaginários, mitos e símbolos no cotidiano que cooperam no senso de comunhão entre as pessoas numa dada sociedade.

Uma vez que “o processo de formação do *self* é cada vez mais alimentado por materiais simbólicos” e que a “capacidade de experimentar se desligou da capacidade de encontrar” (THOMPSON, 2009, p. 181 e 182), o *homo* tanto está sujeito quanto faz uso dos meios de comunicação a fim de imergir sua capacidade de simbolização nos contextos sócio-histórico-culturais do cotidiano em que ele convive. A grande profusão de materiais simbólicos fornecidos pela mídia faz com que os indivíduos tenham acesso a alternativas simbólicas e mitológicas que difere de sua tradição, e que de outro modo elas não teriam contato.

A mídia amplia os horizontes e expande os recursos simbólicos a tal ponto que as pessoas não necessariamente precisam recorrer a sua tradição imaginária de locais particulares a fim de fazer reflexões ou de alargar sua visão de mundo¹². “A tremenda expansão dos

¹² É importante citar que, para Thompson (2009), o papel cada vez mais significativo dos meios de comunicação na formação do *self* também tem aspectos negativos. O autor cita quatro possíveis consequências: (1) em alguns casos as mensagens disponibilizadas pela mídia podem servir para estabilizar e reforçar as relações de poder e o *status quo*; (2) as pessoas podem se tornar extremamente dependentes de um sistema midiático no qual elas têm

materiais simbólicos mediados abriu novas possibilidades para formação do *self*, apresentando novas demandas de uma maneira e numa escala que não existiam” (THOMPSON, 2009, p. 185).

Dessa forma, há a possibilidade real dos meios de comunicação acentuarem, fomentarem e organizarem a formação reflexiva do *self* na sociedade contemporânea. Com o desenvolvimento e a onipresença dos meios de comunicação na sociedade pós-moderna, as pessoas entram em contato com mitos e conteúdos simbólicos que dificilmente elas entrariam em contato na sua rotina diária.

Enquanto experiências vividas permanecem fundamentais, há uma crescente suplementação de experiências mediadas, que assumem um papel cada vez maior no processo de formação do *self*. Os indivíduos dependem mais e mais de experiências mediadas para informar e remodelar o próprio projeto *self* (THOMPSON, 2009, p. 202).

Uma vez que a mídia atua como estruturador do próprio real, poderíamos seguramente dizer que a os meios de comunicação em geral e o jornalismo em particular, são tecnologias por excelência reprodutora de mitos na sociedade pós moderna. Na pós-modernidade, podemos considerar a mídia, mais especificamente o jornalismo, como uma das diversas tecnologias do imaginário, conceito proposto por Silva, J. (2012).

Para o autor, “as tecnologias do imaginário são, portanto, dispositivos (elementos de interferência na consciência e nos territórios afetivos aquém e além dela) de produção de mitos, de visões de mundo e de estilos de vida. Mas não são imposições” (SILVA, J., 2012, p. 22). A percepção do jornalismo como uma das diversas tecnologias do imaginário visa percebê-lo como um dos diversos dispositivos de construção de bacias semânticas e de proliferação de mitos.

As tecnologias do imaginário são dispositivos (Foucault) de intervenção, formatação, interferência e construção de ‘bacias semânticas’ que determinarão a complexidade (Morin) dos ‘trajetos antropológicos’ de indivíduos ou grupos. Assim, as tecnologias do imaginário estabelecem ‘laço social’ (Maffesoli) e impõem-se como o principal mecanismo de produção simbólica da ‘sociedade do espetáculo’ (Debord). (SILVA, J. 2012, p. 20-21).

Falando especificamente da mídia jornalística, esse último vem atuando de forma significativa na produção e reprodução de imaginários sociais, ou para empregar o paradigma de Silva, J. (2012), o jornalismo vem cada vez mais se tornando uma das principais

pouco controle; (3) a crescente disponibilidade de material simbólico pode ter um efeito desorientador, provocando uma espécie de sobrecarga simbólica; (4) em alguns casos, os indivíduos podem confiar de forma desproporcional nos materiais simbólicos mediados.

tecnologias de criação e reprodução de imaginários no cotidiano. Na imprensa, temos vestígios do imaginário econômico, político, religioso, científico, tecnológico, artístico, esportivo, etc (SILVA, G, 2010). Afinal, como uma prática fortemente arraigada no cotidiano, produtor de sistemas simbólicos que reconstroem a realidade, o jornalismo vem se tornando cada vez mais

Como lugar de expressão (clara ou obscura, latente ou facilmente visível) do imaginário social compartilhado por todos os sujeitos envolvidos no universo das notícias, sejam repórteres, leitores/receptores, fontes, publicitários, proprietários de veículos noticiosos, editores, anunciantes. Insisto que ambos, produtores e receptores de notícias, compartilham imaginários (SILVA, G. 2010, p. 249).

Na dialógica jornal-sociedade, o jornalismo alimenta, desperta, cria, perpetua, dissemina, sustenta, revitaliza, ampara, escora, apoia, inverte, opõe, objeta e resiste à imagens, mitos e símbolos no cotidiano. Ao mesmo tempo, os imaginários da sociedade alimentam, despertam, criam, perpetuam, disseminam, sustentam, revitalizam, amparam, escoram, apoiam, invertem, opõem, objetam e resistem as imagens, símbolos e mitos nos meios de comunicação. Ou seja, tanto produtores quanto receptores da notícia compartilham imaginários sociais que podem ser detectados no trabalho jornalístico. Afinal, como afirma Silva, G. (2010):

Se o imaginário tudo perpassa, a imprensa é lócus fecundo de observação desses vestígios imaginais, uma vez que as notícias trazem para a vida cotidiana toda a diversidade do mundo, da política e economia à arte e entretenimento, incluindo as próprias ocorrências ordinárias, do dia-a-dia. Toma-se, então, o jornalismo como uma tecnologia de criação e reprodução de imaginários sociais, como fonte que alimenta com imaginários o cotidiano contemporâneo e, ao mesmo tempo, de imaginários sociais alimenta a si mesmo (SILVA, G., 2010, p. 249-250).

Para Silva, G. (2009), a pertinência de olhar o jornalismo pelo paradigma do imaginário se dá porque tanto o imaginário atravessa todos os campos, contaminando tudo, como também a mídia jornalística consiste num fenômeno fortemente presente na ambiente pós-moderna, arraigada no cotidiano do *homo sapiens*, se tornando por isso um espaço privilegiado de detecção e manifestação das realidades imaginais da sociedade pós-moderna.

O jornalismo, ainda que de forma precária, tem a capacidade de organizar significados e sentidos, provocando assim uma experiência estética em leitores desejosos de transcender a noção de tempo e espaço, ou melhor, em leitores desejosos de alcançar o *illud tempus* (ELIADE, 1991). Dessa forma, o jornalismo não apenas informa seus leitores, mas fazem

com que eles adentrem em um ritual que remete à dimensão arquetípica do *homo*. Assim, Veja, enquanto uma das tecnologias criadoras/reprodutoras de imaginários, faz a ponte entre o leitor e o *illud tempus*, entre o real e o histórico, entre o social e o simbólico.

Se antes o papel de conservatório de símbolos e mitos cabia à religião e depois foi transferido às grandes artes e mais tarde ao cinema e à própria ciência, hoje algumas matérias jornalísticas conseguem, dentro de suas próprias limitações, alimentar em leitores de pouca intimidade com a literatura o imprescindível luxo da fantasia e da experiência poética (SILVA, G, 2009).

É nesse sentido que o *medium* alimenta o *sapiens* de sua necessidade de entrar no *illud tempus* (ELIADE, 1991). Se outrora, ele encontrava e saciava essa necessidade na religião, agora o faz com os meios de comunicação. A mídia não apenas é capaz de passar para os leitores/telespectadores mitos e símbolos, mas também de fabricarem seres do espírito que habitam ou habitarão a noosfera da sociedade pós moderna. Por isso, é possível encontrar, numa mídia que se anuncia como serva do presente e da verdade, textos arcaicos, provindos dos arquétipos presentes no *sapiens* e que se manifestam concretamente nas notícias que são passadas (CONTRERA, 1996).

A noção de noosfera diz respeito aos seres do espírito, frutos da dialógica entre cérebro e cultura, onde o primeiro retroage sobre os dois últimos, fazendo mediação entre o *sapiens* e as ideias, adquirindo assim autonomia própria (MORIN, 2011).

Uma vez que os meios de comunicação implicam um novo tipo de relacionamento antropológico dos indivíduos com referências concretas do social, ele é capaz de suscitar, fomentar ou até mesmo criar entidades que habitarão a noosfera e que, devido à cola que o imaginário promove (MAFFESOLI, 2003), dão o senso de pertencimento a um todo promovido pela mídia na ambiência pós-moderna.

2.2 O JORNALISMO E A CONSTRUÇÃO SOCIAL DA NOTÍCIA

O desejo de passar adiante novas informações a respeito de algum assunto que desperte interesse público não é novo. De acordo com Stephens (1993), esse anseio pelo saber e por estar por dentro de novos dados permeia todas as sociedades, sendo, por isso, praticamente impossível encontrar um grupo de seres humanos que não troque informações entre si, nem construa, entre seus rituais e costumes, meios de facilitar essa troca informacional. Seja um africano perante um integrante de sua tribo, seja um brasileiro lendo

Veja, ambos estão interessados na mesma pergunta que parece rodear o *homo sapiens*: “o que há de novo?” (STEPHENS, 1993).

Nesse contexto, as notícias seriam, para Stephens (1993, p. 45), um dos nossos sentidos sociais, ou seja, em consonância com McLuhan (2007) para quem os meios de comunicação seriam extensões do *homo*, a notícia “representa o olho que está fixado sobre os eventos além do alcance de nossa vista, nosso ouvido que registra conversa fora do alcance de nossa visão”. Por isso, a importância de novas informações transcende a informação em si, ou seja, vai além dos assuntos focalizados.

Como um ser da comunicação, o *sapiens* possui um interesse inato pelas notícias, ou melhor, pelo novo, pelas novas informações da realidade concreta exterior, independente do conteúdo a ser repassado. Assim, esse valor que o ser humano concede a informação é advindo do fato dele ser um ser social que, para fins de sobrevivência, precisa dominar os fenômenos naturais, refrear o não conhecido e subjugar o caos, ou melhor, transformar a desordem em ordem a fim de que sua vida social possa ser possível. Tem-se na própria natureza da notícia uma das formas de estruturas uma realidade caótica e desconhecida.

A fim de perceber isso, convém notar a forma como as pessoas respondem à sua ausência. Stephens cita que, na greve dos jornais ocorrida em Nova York em 1945, as pessoas se sentiam “horivelmente perdido”, “isoladas”, com a sensação de estarem “cortadas do resto do mundo”, como se estivessem “na cadeia” (STEPHENS, 1993, p. 45).

É neste sentido que a notícia é um dos nossos sentidos sociais, ou seja, ela nos ajuda a guiar-se pela realidade. Uma vez que nossa sociedade é midiática, regida pela midiaticização, tendo nos meios de comunicação uma quarta *bios* (SODRÉ 2009a), a natureza do jornalismo se encontra nessa tentativa de organizar e enquadrar essa realidade multifacetada (PENA, 2006) a fim de melhor trabalhá-la, orientando o comportamento e estruturando o real.

A mídia é assim uma das estruturadoras do real e a notícia um dos modos de constituição e de construção desse cotidiano construído. Por outro lado, o que é noticiado em Veja está imerso numa realidade já vivida pelo *sapiens*.

Ainda para Stephens (1993), as notícias satisfazem dois tipos de desejo: (a) de um lado os desejos individuais de informação, entretenimento, consciência curiosidade pelo novo; (b) por outro lado, uma necessidade de segurança, de solidariedade, de fazer parte de uma coletividade maior, integrando assim um grupo.

Dessa forma, esse ato de noticiar fortalece a noção de tribalismo, ou seja, a sensação de que as pessoas participam de uma mesma comunidade, repousando assim sobre um sentimento de fidelidade e de identidade grupal, contribuindo assim para dar força e coesão ao

grupo. “As notícias formam um conjunto indispensável de pensamentos compartilhados [...]. Os cidadãos fortalecem esses processos, seus participantes e a sociedade que representam, simplesmente pelo fato de conceder-lhes sua atenção” (STEPHENS, 1993, p. 134).

A notícia não é um simples dado frio da realidade, mas passa por um processo de construção social. Antes de descrever como isso acontece, se faz necessário uma definição sobre o que é notícia¹³. De acordo com Rodrigo Alsina (2009, p. 299. Grifos Nosso), “*a notícia é uma representação social da realidade quotidiana, produzida institucionalmente e que se manifesta na construção de um mundo possível*”.

De acordo com essa definição, notícia seria uma representação, ou seja, um mecanismo social que ajudaria o indivíduo na construção e na tradução da realidade, servindo de norte para que ele possa apreender seu entorno e se fazer presente na sociedade. “As representações sociais são produtos construídos socialmente e são construtoras do pensamento social” (RODRIGO ALSINA, 2009, p. 301).

Esta realidade trabalhada pelo jornalismo é formada, conforme afirma Berger e Luckmann (2012), pelo conhecimento do senso comum, responsável por guiar grande parte do cotidiano dos indivíduos. As pessoas trabalham, em suas vivências diárias, com o conhecimento gerado pelo senso comum, utilizando esse saber na sua relação com outras pessoas, com instituições e com o conjunto da sociedade.

Por conhecimento do senso comum Berger e Luckmann (2012, p. 40) entendem aquele tipo de “conhecimento que eu partilho com os outros nas rotinas normais, evidentes da vida cotidiana”. É, assim, o conhecimento gerado pelo mundo da experiência. Isso faz com que o mundo da vida cotidiana seja principalmente estabelecido a partir das atitudes e pensamentos imediatos dos seres humanos, fazendo com que nossa vivência nela, bem como suas práticas, seja definida com base na realidade tal como interpretada pelas pessoas.

Uma vez que a realidade é construída de forma múltipla e plural por vários agentes do cotidiano, Berger e Luckmann (2012) afirmam que a realidade elementar da vida cotidiana sobressai sobre as outras realidades construídas. Ela é a realidade predominante, que se impõem sobre a consciência de maneira mais intensa e viva, uma vez que foi estabelecida em cima das atitudes e dos pensamentos dos homens de forma fenomenológica.

Uma das consequências desse processo faz reflexo num paradoxo curioso: uma vez que o mundo da vida cotidiana é tomado como certo, como dado e como real pelo *homo*, ele

¹³ A pós modernidade é consciente da dificuldade de conceituar qualquer fenômeno social. Afinal, enquadrar um conceito complexo como o de notícia numa definição precisa, que consiga abarcar todas as suas variantes, seria algo praticamente impossível. No entanto, nesse trabalho, iremos citar algumas aproximações-definições que nos ajudarão a trabalhar com a noção de construção da notícia no restante desse tópico.

é, ao mesmo tempo, originado no pensamento e na ação do *sapiens*. Ou seja, o *sapiens* constrói o cotidiano, ao mesmo tempo em que esse último contribui na construção do *sapiens* numa retroalimentação constante (MORIN, 2012c), onde cotidiano e construção são causa e efeito de um processo que culmina na autonomia organizacional da realidade.

Essa realidade do senso comum, ainda que construída, é naturalizada, se apresentando ao *sapiens* como a realidade. É a realidade que está aí, que sabemos de forma intuitiva que é real, e que nos movemos rotineiramente no cotidiano.

Essa construção da vida cotidiana, que se apresenta aos nossos sentidos imediatos e que é fabricado em grande medida pelo senso comum, é a realidade por excelência organizada em torno do “aqui” do meu corpo e do “agora” do meu presente (BERGER E LUCKMANN, 2012, p. 38). Essas duas concepções nos ajudam a perceber melhor como se dá a relação entre o jornalismo e o *sapiens*. Afinal, é nessa realidade do senso comum que o jornalismo vai se apropriar e se guiar, construindo seu campo de intervenção discursiva (MEDITSCH, 1992, 1997), ao mesmo tempo em que contribui na construção dessa realidade.

A percepção de que o jornalismo é um dos construtores da realidade e, ao mesmo tempo, lança mão dela a fim de estruturar o real, se faz importante a fim de que a realidade não seja vista como autônoma e exterior à prática jornalística (RODRIGO ALSINA, 2009). Da mesma forma, a noção de que a realidade não é completamente construída pelo jornalismo, mas que o jornalista é um dos vários atores sociais que constrói o real, lançando, inclusive, mão dela a fim de trabalhar as notícias, também nos ajuda a perceber como se dá a dialógica entre cotidiano e jornalismo.

Esse diálogo nos ajuda a fugir da armadilha, ou melhor, do falso pressuposto de que o jornalista seja um simples reproduzidor do real, tendo nas notícias um espelho que refletiria a realidade; ou que o jornalismo seja o único responsável por fabricar e controlar a realidade. No primeiro caso, o paradigma de que as notícias são um reflexo da realidade, ou seja, as notícias são como são porque a realidade é como é, foram questionadas a partir da segunda metade do século XX pela Teoria Construcionista da notícia.

A teoria que melhor ilustra o primeiro modelo é a teoria do espelho, que foi utilizada como metáfora autoexplicativa: “as notícias são do jeito que as conhecemos porque a realidade assim as determina” (PENA, 2006, p. 125). A imprensa funcionaria como um espelho do real, refletindo apenas o que acontece no cotidiano e o jornalista seria apenas um mediador desinteressado que observa os fatos a fim de emitir um relato objetivo sobre suas observações.

Essa perspectiva foi substituída, na década de 1970, por outras formulações teóricas que concebem o jornalismo como uma parte seletiva da realidade. Para o Construcionismo, “toda representação é uma construção subjetiva da realidade” (BENETTI, 2008, p. 110). Nesse sentido, a notícia não é exatamente neutra, imparcial ou objetiva. Ao contrário, ela é reflexo direto de uma sociedade onde vários imaginários dialogam, disputam e competem (MOTTA, 2005) num complexo jogo em que se devem levar em conta as várias variáveis: políticas, econômicas, mercadológicas, ideológicas, institucionais, subjetivas, mitológicas, entre outras.

Ao redigir qualquer matéria, o jornalista “enquadra” nelas também suas ideologias, suas impressões, seus imaginários, suas atitudes e seus sentimentos, além do posicionamento institucional do veículo. De relato fiel dos acontecimentos, a notícia agora é vista como uma construção da realidade. “O jornalismo está longe de ser o espelho do real. É, antes, a construção social de uma suposta realidade” (PENA, 2006, p. 128).

Essa construção da realidade feita pelo jornalismo se dá porque a língua é por natureza argumentativa. Mas não somente a língua, como também o uso que fazemos dela nas diversas esferas da atividade humana transmite nossas intenções e nossas subjetividades. Assim como razão e emoção formam um todo no *sapiens* (DAMASIO, 2012), objetividade e subjetividade fazem parte do processo jornalístico.

Como toda atividade que envolve interação pressupõe intenção, ninguém fala ou escreve sem um objetivo ou sem uma finalidade. Falamos sempre visando um determinado fim. Intenção e comunicação são duas partes da mesma moeda. Até o discurso que se diz ou pretende ser neutro e imparcial já traz em si uma ideologia: a da sua própria objetividade.

Ainda é importante lembrar que a ideia de que o jornalismo é um agente que distorcesse a realidade, como se bastassem boas intenções e ferramentas adequadas para retratar fielmente os fatos, também é descartada segundo o paradigma Construcionista (BENETTI, 2008). Afinal, a própria escolha vocabular para redigir uma matéria expressa o ponto de vista do redator em relação ao mundo que o cerca.

Quando Veja escolhe uma palavra para falar sobre a linguagem humana, ela está automaticamente demarcando um campo imaginário e colocando no texto uma forma de ler e perceber o cotidiano. Isso fica evidente pelo fato dele selecionar determinadas estruturas linguísticas, e não outras, a fim de melhor apresentar o que ele pretende dizer.

Essa escolha não é feita por que há uma motivação oculta, mas é algo inerente à atividade jornalística. Depois disso, a simples seleção de reportagens, entrevistados e opiniões a serem reproduzidas em Veja já implica uma opção de escolha do editor. Assim, a revista

notícia a partir dos relatos do mundo real, mas não da sua totalidade, já que somente parte do todo é narrada. Essa parte escolhida é selecionada e enquadrada em determinado ponto de vista. “Os jornais constroem o cotidiano do leitor comum esvaziando as riquezas semânticas da vida cotidiana” (PEREIRA, 2002, p. 78).

Além disso, Veja também não é o único responsável pela construção da realidade. Nem mesmo é o único responsável pelo que é noticiado. Ao mesmo tempo em que seleciona, os textos publicados por Veja também são frutos de uma pluralidade de variáveis, fazendo com que o que saia na revista seja também reflexo de fatores sociais, ideológicos, históricos e do meio físico e tecnológico.

A notícia é um artefato linguístico que representa determinado aspecto da realidade, resulta de um processo de construção onde interagem factores de natureza pessoal, social, ideológica, histórica e do meio físico e tecnológico, é difundida por meios jornalísticos e comporta informação com sentido compreensível num determinado momento histórico e num determinado meio sócio-cultural, embora a atribuição última de sentido dependa do consumidor da notícia (SOUZA, 2005, p. 3).

Para Jorge Pedro Sousa (2005), notícia é resultado de um complexo jogo de elementos sociais e de uma grande quantidade de variáveis presentes no cotidiano. O jornalista trabalharia assim “com” e “a partir” de uma realidade que é socialmente construída. Por ser uma organização discursiva, o campo jornalístico se constitui como uma atividade que atua na construção dos discursos e práticas provenientes dos múltiplos campos sociais.

Quando o leitor se depara com os recortes da vida cotidiana apresentados por Veja, ele passa naturalmente a ter contato com uma parcela fragmentada desses acontecimentos, distanciando-o da amplitude e da complexidade da vida cotidiana em que se encontra inserido. “Os fatos cotidianos aparecem isolados dos estatutos sociais e das forças estético-ideológicas empreendidas na luta pela ocupação dos espaços na sociedade” (PEREIRA, 2007, p. 67).

Para Charaudeau (2009), informação e comunicação são noções que remetem a fenômenos sociais. As mídias, nesse caso, se apossariam desses suportes organizacionais a fim de integrá-los em suas mais diversas lógicas, sejam elas de ordem econômicas, políticas ou mercadológicas. A informação, portanto, é resultado final de um complexo processo de produção de notícias que envolvem diversas variáveis, indo desde a rotina profissional do jornalista até restrições ligadas à seleção dos fatos, jogo de interesse econômico-mercado, utilização das fontes, tentativas de agradar a audiência, etc.

A fim de fugir da subjetividade, que é inerente a qualquer língua, os jornais abarcam efeitos de verdade e objetividade visando conferir às suas notícias uma feição de realidade aos fatos narrados. O uso de alguns critérios como o discurso direto, fala de especialistas e de testemunhas, assunto de interesse público, entre outras estratégias discursivas, confere socialmente ao fato narrado independência, honestidade e confiabilidade.

Visando essas técnicas que, em tese, dariam a notícia um caráter objetivo, ainda hoje o discurso das revistas defendem a teoria do espelho, argumentando que as notícias são como são porque refletem a realidade, ou melhor, porque essa última é como é. Os jornalistas empregam semanticamente a palavra objetividade como sinônimo de verdade, afirmando que ser objetivo é conseguir a separação entre fatos e opiniões (PENA, 2006). Esse discurso dá credibilidade ao jornalismo, mostrando que eles são “imparciais” e estão munidos de um saber de narração dos fatos baseados em métodos que garantem a objetividade e, por consequência, a verdade dos acontecimentos.

É importante destacar que apesar de não serem traduções *stricto sensu* do cotidiano, as notícias não são ficcionais, sem nenhuma correspondência com a realidade exterior. O que o método construcionista enfatiza é o caráter convencional das matérias, admitindo que elas também informam e tem referência na realidade externa.

No entanto, essas mesmas notícias “também ajudam a construir essa mesma realidade e possuem uma lógica interna de constituição que influencia todo o processo de construção” (PENA, 2006, p. 129). Essa notícia é construída de acordo com critérios como noticiabilidade, valor-notícia e rotinas produtivas.

Ainda na definição do Rodrigo Alsina (2009), além de representação social, a notícia seria produzida institucionalmente, isto é, seria produto de uma organização institucional dentro da sociedade. A vida cotidiana, de acordo com Berger e Luckmann (2012), apesar de construída pelo *homo*, apresenta-se a consciência do *sapiens* de forma objetivada, ordenada, já que a linguagem forma uma teia de relações que transcendem as noções de tempo de espaço e que fazem com que o cotidiano seja coordenado.

Assim, as práticas do cotidiano adquirem sentido, ao mesmo tempo em que seus objetos sejam dotados de significação. Por isso, a noção de construção social do real, tal como definida por Berger e Luckmann (2012), diz respeito ao fato de que essa construção da vida cotidiana é, ao mesmo tempo, social e subjetivamente construída, ou para empregar as palavras do autor, “a vida cotidiana apresenta-se como uma realidade interpretada pelos homens e subjetivamente dotada de sentido para eles na medida em que forma um mundo coerente” (BERGER E LUCKMANN, 2012, p. 35).

Há, assim, o mundo construído objetivamente pela linguagem e o mundo construído subjetivamente pela consciência onde “há uma contínua correspondência entre *meus* significados e *seus* significados neste mundo que partilhamos em comum, no que respeita à realidade dele” (BERGER E LUCKMANN, 2012, p. 40).

De acordo com os autores, há dois níveis de objetivação social: a institucionalização e a legitimação. O primeiro ocorre “sempre que há uma tipificação recíproca de ações habituais por tipos de atores” (BERGER E LUCKMANN, 2012, p. 77).

Há institucionalização quando uma determinada ação adquire um caráter típico, habitual, ao mesmo tempo em que atores de determinadas instituições são tidos como realizadores ‘oficiais’ daquelas ações. E essas tipificações serão sempre partilhadas, acessíveis aos membros desse grupo social que se torna responsável por realizar uma dada ação. A institucionalização ocorre quando “a instituição pressupõe que as ações do tipo X serão executadas por atores do tipo X” (BERGER E LUCKMANN, 2012, p. 77).

Já a legitimação acontece quando uma ação está objetivamente institucionalizada, tornando-se assim disponível para os atores sociais, e sendo aceita pela sociedade. No caso do jornalismo, a ação de noticiar é um papel socialmente institucionalizado, legitimado com o objetivo de concretizar uma dada atividade (RODRIGO ALSINA, 2009). O contrato¹⁴ estabelecido entre o cidadão e a mídia reside na confiança que o primeiro tem nas instituições responsáveis por nos trazer as notícias. O jornalista vale-se de uma imagem social de si, que goza de um status reconhecido socialmente, que lhe assegura o que é dito, revestindo a notícia de credibilidade.

Dentro desse contexto, Charaudeau (2009, p. 67) afirma que toda situação de comunicação constitui um quadro de referências na qual os indivíduos de uma comunidade social se reportam quando iniciam um diálogo: “os indivíduos que querem comunicar entre si devem levar em conta os dados da situação de comunicação”.

Para Charaudeau (2009), esse contrato resulta de certas características próprias à situação de troca, denominada dados externos, como a identidade dos parceiros, a finalidade do ato de linguagem, o domínio do saber do discurso e o dispositivo de transmissão. Há também as características discursivas, denominada dados internos, que tratam dos espaços de

¹⁴ Para Dominique Maingueneau (2011), todo gênero de discurso é um contrato, o que significa dizer que ele é fundamentalmente cooperativo e regido por normas. Afinal, “para construir uma interpretação, o destinatário deve supor que o produtor do enunciado respeita certas ‘regras do jogo’.” (MAINGUENEAU, 2011, p. 31). Esse contrato é firmado social e simbolicamente, definido por regras que determinam os papéis dos interlocutores, os deveres, as permissões e os limites de cada um. Ele não é explícito, mas foi definido através de um acordo tácito, que é inseparável da produção verbal e que prever sanções para os transgressores do acordo.

comportamento linguageiro – o espaço de locução, o espaço de relação e o espaço de tematização.

Para Maingueneau (2011), o discurso jornalístico é um gênero dentro do tipo midiático. No campo do jornalismo, o contrato entre jornalistas e leitores ampara-se em alguns pressupostos respeitados por ambos: o jornalista não mente; o que ele passa faz parte da realidade; embora a empresa e o jornalista possam ter interesses particulares, esses não superam o interesse do leitor; o jornalista só recorre a fontes credíveis; o jornalista cruza várias fontes e versões, oferecendo informações confirmadas, o jornalista ampara-se na credibilidade das fontes envolvidas no processo, etc (BENETTI, 2006).

No processo de construção social da realidade, as pessoas terão a mídia como parâmetro de orientação do cotidiano. Por isso, a mídia no geral e o jornalismo impresso em particular acabam estabelecendo “consensos” parâmetros sociais de normalidade e anormalidade. “O jornalismo acaba indicando o que seria socialmente desejável, normal e adequado” (BENETTI, 2008).

Por remeter a realidade, o discurso jornalístico toma, em tese, o senso comum como referente (MEDITSCH, 1992, 1997). Como consequência dessa intenção de referencialidade, ocorre uma tentativa de posicionamento do jornalista como um simples observador neutro. Nesse contrato, a imprensa funcionaria como um espelho do real, refletindo apenas o que acontece no cotidiano e o jornalista seria apenas um mediador desinteressado que observa os fatos a fim de emitir um relato “objetivo” sobre suas observações.

Há assim um ‘culto aos fatos’ (TRAQUINA, 2005), onde o contrato estabelecido entre o jornalismo e a sociedade apresenta esse último enquanto uma máquina fotográfica do real, que apenas reflete o que acontece no cotidiano.

Além disso, as pessoas costumam depender da mídia para se informar. Daí ser possível escutá-las falando que, se passou no jornal, então aconteceu. “Eu vi hoje na TV”, é uma expressão que costuma ser dita a fim de dar credibilidade ao acontecimento narrado. Quando seleciona os acontecimentos que serão notícias, o jornalismo exerce um papel fundamental na sociedade, determinando o que o público ficará sabendo ou não.

Essa seleção dos fatos acaba delegando ao jornalismo a prerrogativa de decidir o que deve ser noticiado, atribuindo maior ou menor importância a determinado acontecimento, colocando ou não em evidência certo evento legitimando enquanto notícia um dado acontecimento. “O jornalista não tem o monopólio da informação, mas, em contrapartida, possui o monopólio da legitimação da informação-notícia em qualquer suporte” (WOLTON, 2011, p. 73).

Por isso, podemos dizer que a informação jornalística não existe em si, como algo exterior ao homem. Ela implica em um processo de produção de enunciação do discurso em uma determinada situação comunicacional, que depende, entre outros fatores, de técnicas específicas do jornalismo. A notícia ou a reportagem não são traduções *stricto sensu* do cotidiano, mas sua representação, ou melhor, parte da construção desse real.

O jornalismo enquanto “construtor de realidades” não reproduz a realidade em si, mas apenas um recorte dela (CHARAUDEAU, 2009), ao mesmo tempo que ajuda a estruturar esse mesmo real. No jornalismo, o produto final “notícia” é resultado da interação social entre aspectos intersubjetivos e de organização institucional do campo do jornalismo. Não há como separar o jornalista da notícia, nem a notícia do jornalista.

A notícia se manifesta na construção de um mundo possível. Esse último diz respeito às teorias dos mundos possíveis da ficção, empregada por Umberto Eco (2004). Para o autor italiano, mundos possíveis seria um estado de coisas previsto pelo leitor, ou seja, uma virtualidade que seria aos poucos apresentadas a quem ler por diversos mecanismos textuais.

Nesse sentido, por mundos possíveis entende-se um mundo ficcional que estaria repleto de qualidades e de atributos, formando um *constructo* cultural e que nos ajudaria a entender o processo de cooperação textual. Na definição de Eco:

Um estado de coisas expresso por um conjunto de preposições onde para cada preposição ou *p* ou $\sim p$. Como tal, um mundo consiste em um conjunto de indivíduos dotados de propriedades. Visto que algumas dessas propriedades ou predicados são ações, um mundo possível pode ser visto também como um curso de eventos. Dado que esse curso de eventos não é real, mas absolutamente possível, ele deve depender dos comportamentos proposicionais de alguém, que o afirma, nele acredita, com ele sonha, deseja-o, o prevê etc (ECO, 2004, p. 109).

A teoria de Eco (2004) é útil porque, de acordo com Rodrigo Alsina (2009), o jornalista é um leitor privilegiado dos acontecimentos. É a partir deles que ele vai construindo mundos possível que será colocado como notícia e transmitido para o leitor. Ao construir uma notícia, o jornalista tem três mundos diferentes interagindo ao mesmo tempo: (a) o mundo real; (b) o mundo de referência e (c) o mundo possível.

O primeiro seria o mundo correspondente ao mundo dos fatos e dos acontecimentos, ao onde aconteceu algo, ao mundo que foi verificado. O mundo real seria assim os lugares onde se deu o acontecimento com potencial de notícia, ou seja, aqueles fatos que se mostraram jornalisticamente relevantes, de acordo com os parâmetros de noticiabilidade.

No entanto, o fato por si mesmo nada significa. É necessário significá-lo, dotá-lo de sentido, legitimá-lo, ou seja, uma vez que a realidade é socialmente construída, o

acontecimento não existe em si ou não significa por si só: é necessário nomeá-lo, apontá-lo, reafirmá-lo. O jornalista faz isso a partir do mundo de referências, ou seja, mundo responsável por dotar um fato de sentido, por perceber porque dado fenômeno se torna relevante. Há, no mundo de referência, um prisma que ajuda o jornalista a enquadrar dado acontecimento num plano narrativo socialmente legitimado, através dos seus valores profissionais e culturais.

O jornalista trabalha com o senso comum, enquadrando determinados acontecimentos a partir de sua cultura profissional. Afinal, como demonstra Traquina (2008), o jornalista faz parte de uma tribo de natureza transnacional, que partilham uma forma de ver em comum e que possuem um quadro de referências semelhantes na seleção de acontecimentos que serão noticiados, além de um sistema de valores que ajudam na formação de sua identidade profissional¹⁵. “Os jornalistas são uma comunidade interpretativa transnacional, com um sistema de valores e definição do *ethos* jornalístico como referência que delineia um esboço bem claro da identidade jornalística nas democracias contemporâneas” (TRAQUINA, 2008, p. 185).

A partir daí, ou seja, da sua cultura profissional, Rodrigo Alsina (2009, p. 304) afirma que “o jornalista adota um modelo interpretativo a partir de um mundo de referência. Esse mundo de referência vai lhe permitir construir um mundo possível que, por sua vez, será a sua versão da realidade descrita”.

Ao se deparar com um acontecimento, o jornalista procurará interpretar esse acontecimento, lhe dar sentido, procurar nele um motivo de ser. Para isso, ele lançará mão uma forma de interpretá-lo a partir de um mundo de referências, ou seja, através de uma estrutura de enquadramento onde o jornalista possa melhor perceber o fato e dialogar com o mundo real. Esse mundo de referências permite não apenas enquadrar determinado acontecimento, como também perceber a importância social de um dado fenômeno. O mundo real permite ao jornalista verificar se o mundo de referência faz sentido, ou seja, se ele faz jus ao que será observado e ao que é postulado dentro de uma determinada grade interpretativa.

O mundo possível diz respeito ao mundo que o jornalista construirá, quando levado em conta tanto o mundo real como o mundo de referência. O mundo possível surge da tensão gerada entre esses dois mundos. Afinal, se por um lado o jornalista não pode construir

¹⁵ Traquina (2008) comparou a análise da cobertura jornalística sobre a AIDS em cinco jornais, de quatro países distintos, situados em três continentes diferentes e encontrou base empírica para sua hipótese, a saber, há uma comunidade transnacional jornalística que partilham uma cultura noticiosa. Além disso, Traquina (2008) apontou também que os jornalistas possuem valores profissionais universais, ou seja, jornalistas de diferentes países, quando entrevistados, possuíam referências de identidade comum sobre o que é a profissão, o que seria o ‘bom jornalismo’ e que sua função perante a sociedade.

qualquer mundo; por outro lado, ele precisa dar a esse acontecimento uma interpretação baseada numa referência existente.

Assim, é necessário levar em conta tanto o mundo real, ou seja, o fato em si que acontece na realidade, quanto à grade interpretativa lançada a fim de interpretar um dado fenômeno. “Esse mundo possível construído dessa forma, terá as marcas pertinentes do mundo de referência” (RODRIGO ALSINA, 2009, p. 308). O mundo possível, construído na notícia, emergirá do contato entre esses dois mundos.

Como é possível perceber, esses três mundos apontados por Rodrigo Alsina (2009) estão interligados. O mundo real aos fatos, aos dados e ao acontecimento que o jornalista conhece e tem acesso. Mas esses fatos, por si mesmo, nada significam: o jornalista irá recorrer a um mundo de referências capaz de interpretar as informações que tem em mãos. O mundo real leva ao mundo de referências. O mundo de referências aponta como se interpreta o acontecimento, como se deve relatá-lo, o que se deve buscar no mundo real. O mundo de referência faz com que o jornalista construa um mundo possível, baseado na tensão entre esses dois mundos citados, tendo na notícia marcas de ‘veracidade’ que possibilitam ao leitor acreditar na realidade daquele mundo construído pelo jornalista.

O mundo real opera no campo da verificação; o mundo de referência atua na verossimilhança; e o mundo possível na da veracidade. A partir do diálogo entre imaginário e jornalismo, a notícia realiza um trabalho simbólico. Os textos relatados diariamente pelos meios de comunicação jornalísticos não são apenas reflexos do cotidiano ou uma representação do mundo real, mas são também produtos de um mundo de referência, em que os jornalistas vão buscar em matrizes arquetípicas pré existentes, provenientes do imaginário, os vários arquetípicos, símbolos e mitos que o possibilitarão tecer o que será noticiado, indo além da informação pura e simples.

2.3 A EXPERIÊNCIA SIMBÓLICA DA NOTÍCIA

Em consonância e diálogo com Teoria Geral do Imaginário de Durand, pode-se dizer que as notícias são, por um lado, de natureza transnacional, rompendo as várias barreiras culturais, os tópicos, assuntos e padrões básicos de informações que são repassados enquanto notícia têm se mantidos com certa consistência através dos tempos, sendo muito pouco modificadas. “Os seres humanos têm estado trocando consistentemente, através de sua história e de várias culturas, um corpo de notícias tão similar, que inevitavelmente desperta interesse nessas notícias, se é que esse interesse não é inato” (STEPHENS, 1993, p. 83 e 84).

Por outro lado, elas refletem os contextos socioculturais em que estão inseridos. “As notícias divulgadas por uma determinada comunidade refletirão obviamente as preocupações culturais e políticas específicas daquela sociedade” (STEPHENS, 1993, p. 25).

Nesse contexto, de acordo com Benetti (2004, 2009), ao se avançar pela lógica transversal do imaginário, é possível perceber o lugar do universal no fenômeno jornalístico, não apenas da singularidade. Para a autora, o jornalismo possui tanto um componente universal, quanto singular nos eventos tratados. “É evidente que ‘a cada momento de repetição, corresponde sempre uma outra coisa num outro lugar’ [...]. Não é o singular que se repete, e sim o universal [...]. O imaginário, porém, fornece uma moldura na qual se pode ordenar os fatos” (BENETTI, 2009).

De acordo com Motta (2002a), as notícias são um sistema simbólico narrativo em que se misturam realidades e ficções, real e imaginário, efêmero e perene. As notícias são o lugar de encontro entre *logos* e *mythos* na nossa sociedade, em que são narrados “não apenas os fatos historicamente localizados, mas [também imagens que] constroem a realidade social re-significando-a mediante elementos presentes no universo cultural” (MOTTA, 2004).

Se por um lado Veja está interessada em registrar, de forma fiel e exata, os acontecimentos, apresentando-as no tempo histórico e concreto das informações obtidas de forma empírica no mundo real, descrevendo os acontecimentos de modo mais objetivo possível quando fala sobre a linguagem humana; por outro lado, esses mesmos textos de Veja são construídas de forma subjetiva, recorrendo ao imaginário da sociedade, ajudando a instigar a imaginação do leitor, objetivando produzir em quem lê determinadas reações de sentido, trazendo para o ato de lê-las, e para o conteúdo noticioso em si, uma série de elementos míticos, simbólicos e arquetípicos.

As imagens que são acionadas pela notícia trazem tanto uma carga de informação, quanto uma carga simbólica; tanto uma carga de *logos*, ou seja, de razão, objetividade e fatos históricos; quanto uma carga de *mythos*, a saber, de subjetividades, de arquetípicos, de fantasias e de utopias.

As notícias são pré-configuradas por categorias mitológicas e estão presas, como a literatura, por matrizes mitológicas que as conformam. É como se os jornalistas estivessem sempre a espera de acontecimentos que apenas vêm preencher os seus moldes ontológicos, formas que revelam os dramas e tragédias da humanidade (MOTTA, 2002a, p. 14).

O trabalho de Motta (2000, 2002a, 2002b, 2002c, 2002d, 2003, 2004) faz uma antropologia da notícia, demonstrando que o trabalho jornalístico está em constante tensão

entre a força da história real, reproduzindo de forma mais objetiva possível o que realmente ocorreu; e uma narração mitológica implícita, de forma dramatúrgica e quase ficcional dessa mesma história, a fim de que o jornalista possa construir um mundo possível e repassá-lo para o leitor. Para Motta (2002c), uma análise da notícia jornalística não apenas explica o lado fático da linguagem empregada no jornal, mas considera o diálogo que existe entre *logos* e *mythos*, onde o conteúdo escolhido a ser repassado para o leitor reflete, de uma forma ou de outra, o imaginário nacional.

O jornalismo representa a vida das pessoas, as epopeias, os heróis, as ações dos homens, as tragédias, as sagas, as conquistas, os vilões, as derrotas. Elas, as notícias, seriam informativas e fictícias, no sentido de que não apenas repassam informações, mas instigam a imaginação dos leitores, que trazem para o ato de leitura toda uma memória cultural presente no imaginário na qual se fazem presentes. Ao fazer uma análise de algumas coberturas da imprensa brasileira, Motta afirma:

Nenhuma cobertura jornalística dos fatos que queremos analisar se explica apenas pelo histórico-racional, nenhum deles aconteceria como aconteceu nem alcançaria a repercussão que tiveram nas páginas de jornais apenas por causa das relações materiais envolvidas. Todos contêm elementos que transcendem a um plano supranatural, todos possuem um nível simbólico, místico, mítico, utópico. Assim, as nossas notícias são a nossa realidade insólita (MOTTA, 2002a, p. 30).

Essa dialógica acontece porque, como lembra Durand (2012), o *homo* vive numa realidade presente e numa realidade ‘ausente’, num tempo histórico e num tempo imaginado, entre o real e o onírico, a razão e o sonho, o efêmero e o perene, vivendo e interagindo constantemente em ambos os campos.

O pensamento arcaico concebe que o *homo* vive nessa dialógica entre o empírico/técnico/racional e o simbólico/mitológico/mágico (MORIN, 2002b). Essas duas partes do pensar estão em constante interação, numa relação de auto-eco-organização, trabalhando na dialógica autonomia/dependência, permanecendo um no outro, onde o *sapiens* age sobre o *mythologicus* que retroage sobre o *sapiens*, permitindo a autonomia organizacional do *homo*. É dessa forma que, na notícia, “tanto o *mythos* se apresenta imiscuído no *logos* como este cobra sua presença no *mythos*” (MOTTA, 2002a, p. 17).

As notícias são um produto direto do *homo complexus* (MORIN, 2012c), ou seja, o *homo* que não é apenas racionalidade (*sapiens*), técnica (*faber*), pragmatismo (*economicus*), mas também imaginação (*mythologicus*), emoção (*ludens*), loucura (*demens*) e religião (*religious*). Há, assim, tanto uma unidade humana, quanto uma diversidade humana. E dentro

dela, há unidade na diversidade humana e uma diversidade na unidade humana (MORIN, 2012c), de forma que o *homo*, ao ser *sapiens* e *mythologicus* ao mesmo tempo, resulta nesse ser complexo que conhecemos.

As notícias dialogariam com os arquétipos que vem acompanhando a trajetória do *sapiens/demens/ludens/mythologicus/religiosus* desde que o mundo é mundo; com os símbolos que representam os humanos nos mais diferentes contextos, lugares, culturas e épocas; e com mitos que norteiam todo esse imaginário.

O fato do *homo* ser ao mesmo tempo *sapiens* e *mythologicus* terá reflexos diretos em uma de suas principais contribuições culturais da sociedade pós-moderna, a saber, na notícias que circulam no cotidiano. E o fato de a notícia ser resultado direto desse paradoxo entre razão e imaginação não quer dizer que houve um desvio da objetividade ou um desliz da razão, mas que isso é algo inerente a qualquer construção simbólica feita pelo *homo sapiens*.

Assim, em Veja, tanto a simbologia mítica, perpassada pelo imaginário, quanto à descrição empírica dos fatos, controladas pela racionalidade, são parte de “continuum entre um sentido mais próximo e outro mais afastado do referente, um espaço entre o esforço da objetividade e à entrega à subjetivação” (MOTTA, 2002c, p. 123).

O trabalho do jornalista, quando visto de uma matriz antropológica através das teorias do imaginário, rompe com as dicotomias modernas razão/emoção, objetividade/subjetividade, possibilitando o que Silva, G. (2004, p. 5) chamou de “costura entre o social e o simbólico, a contemporaneidade e os tempos primordiais, o pessoal e o público, o mundo objetivo e a subjetividade, as ações e os pensamentos, as intenções e as práticas, a fala e a escuta, a escrita e a leitura”. Se por um lado às notícias visam informar sobre o mundo, descrevendo à realidade tal como ela é; por outro lado, é possível perceber nelas aspectos lúdicos.

A troca de informação entre as pessoas ao longo da história, passando por todas às culturas, vão além da informação em si: elas satisfazem um impulso humano básico, a saber, a necessidade de conhecer o que acontece além da nossa própria experiência direta, mantendo a sociedade sempre informadas, fazendo ao mesmo tempo com que o *homo* tenha a percepção que participa de algo maior relacionado à sua comunidade, a sua tribo, as pessoas ao seu redor (STEPHENS, 1993), através de um conjunto de arquetípicos, símbolos e mitos que elas tem em comum.

O estudo do acervo de imaginários que estão presente nas notícias e que circulam no cotidiano, como afirma Durand (1988), pode nos ajudar a perceber essa representação afetiva que se concretiza no jornalismo. Afinal,

a razão e a ciência apenas unem os homens às coisas, mas o que une os homens entre si, no nível humilde das felicidades e penas cotidianas da espécie humana, é essa representação afetiva, porque vivida, que constitui o império das imagens. [...] E é então que a antropologia do imaginário pode se constituir, antropologia que não tem apenas a finalidade de ser uma coleção de imagens, de metáforas e de temas poéticos. Mas que também deve ter a ambição de montar o quadro compósito das esperanças e temores da espécie humana, a fim de que cada um nele se reconheça e se revigore (DURAND, 1988, p. 106).

A antropologia do imaginário possibilita ao pesquisador reconhecer o mesmo espírito primitivo que inspirou o *homo* de outrora, presentes agora na espécie humana. O racional e o imaginário não devem ser tomadas enquanto categorias antitéticas, dicotômicas, como gosta de enfatizar a modernidade, mas partes do mesmo *homo complexus* da pós modernidade, como duas dimensões de um mesmo fenômeno cultural.

Como lembra Maffesoli (2001, p. 78), “o imaginário tudo contamina”, atravessa todas as produções humanas, perpassa as artes, as ciências naturais, a música, a literatura, e no nosso caso, o jornalismo e os textos da revista *Veja*.

Como afirma Patai (1974, p. 16), não estamos apenas constatando a “sobrevivência do passado no presente” ou uma “herança [...] do passado” nos produtos jornalísticos da atualidade, mas sim percebendo como age “o exame das forças e processos mitopoéticos vivos que atuam em nossa sociedade” e que “resultam de um vivo e real dinamismo psicossocial, que opera na psique do homem moderno em grau tão intenso quanto aquele em que operou em gerações do passado remoto”.

De acordo com Silva, G. (2009), não existe uma ruptura entre racionalidade e imaginação. Ambos fazem parte do mesmo universo de imagens. Ainda para a autora, uma das principais contribuições que o estudo do imaginário pode conceber no diálogo com as teorias do jornalismo é perceber o diálogo que existe entre essas duas vias, objetividade e subjetividade.

Para empregar outros termos, o imaginário faz parte constitutiva e instaurativa do comportamento do *homo sapiens*. Por isso, interação de forma antropológica nas notícias a objetividade e a subjetividade, meio cósmico e o meio pessoal, o *mythos* e o *logos*. O jornalismo seria assim um desses *lócus* fecundos de inventários antropológicos e de vestígios imaginais, assim como é a ciência, a religião e as mitologias, tendo nas notícias uma de suas fontes de expressão, tanto do imaginário social que permeia a ambiência pós-moderna, quanto dos imaginários particulares de cada pessoa.

Como afirma Motta (2002a), as notícias desempenham, de forma paralela, tanto uma função pragmática, como o relato de fatos coletados de forma empírica; quanto uma função

mítica, reiterando conteúdos simbólicos, lançando mãos dos imaginários que estão no cotidiano a fim de construir a notícia.

Para Silva, G. (2010, p. 251), as notícias devem ser vistas não apenas como um exercício de entendimento do mundo, ou como um objeto simbólico que visa dar sentido ao caos, respondendo assim a demandas pragmáticas da existência do *sapiens*; mas também como uma necessidade de preencher demandas subjetivas, ou seja, “nos elevar para além do imediato diário e nos situar dentro de imensos edifícios de representação simbólica”.

Em termos mitológicos, poderíamos dizer que as notícias são responsáveis por fazer com que o *sapiens* moderno dialogue com o *illud tempus* (ELIADE, 1992), transportando o leitor para um universo maior, onde são narrados os sonhos, desejos, medos, utopias, frustrações, dando vazão a impulsos de fabulação das pessoas.

As notícias são uma forma de percepção do real, organizando a realidade, colocando o cotidiano numa moldura arquetípica. Vamos para as notícias não apenas para nos informar, mas também a fim de experimentar o *ludens*. “Entre os grandes atrativos das notícias, está sua capacidade aparentemente inesgotável de fornecer histórias com as quais podemos nos alegrar e nos divertir” (STEPHENS, 1993, p. 43).

Diariamente, elas contam várias histórias para os leitores. No entanto, essas histórias são quase sempre as mesmas, numa reiteração simbólica onde estão presentes os mesmos mitos de outrora, mas com diferentes personagens e em novas circunstâncias, numa atividade cíclica que faz parte do nosso sistema cultural (MOTTA, 2002b). Isso entra em consonância com o que afirma Campbell (1990, p. 23): “os motivos básicos dos mitos são os mesmos e têm sido sempre os mesmos”.

Os arquetípicos, de acordo com Jung (2000, p. 179), não são simples formulas, mas um recipiente a ser constantemente preenchido. “Nenhum arquetípico pode ser reduzido a uma simples fórmula. Trata-se de um recipiente que nunca podemos esvaziar, nem encher. Ele existe em si apenas potencialmente e quando toma forma em alguma matéria, já não é mais o que era antes”. Nas notícias, eles são cotidianamente inteirados com personagens diferentes, mas que faz referência a uma pulsão igual, tal qual temos no trajeto antropológico.

Por isso, o relato jornalístico nos repassa informações sobre o mundo real, sobre acontecimentos que preenchem os critérios de noticiabilidade, mas, paralelamente, vai além disso: ele nos faz imergir em um outro tempo, ativando reações emocionais, provocando efeitos de sentido que não atingem apenas a razão, mas produzem efeitos simbólicos da ordem do *mytho*.

“Os conteúdos e o consumo das notícias remetem paradoxalmente a situações trans-históricas” (MOTTA, 200d). A presentificação temporal de conteúdo arquetípicos nas notícias acaba virando um fim em si mesmo, ou seja, Veja imprime um ritmo como se eles fossem o ‘da semana, se auto referenciando, a ponto de, se não passou na revista, então o acontecimento não existiu.

Essa repetição, como afirma Eliade (1992), acaba conferindo uma realidade ao acontecimento, já que eles objetivam imitar o acontecimento exemplar acontecido no *illud tempus*. Na mídia, Contrera (1996, p. 42) afirma que “é essa imersão num tempo outro, criado e criador, que a Mídia sutilmente acaba por propor no momento em que estabelece uma pontuação própria – sincronizadora – ao impingir um ritmo à vida representada”.

A mídia dialoga com esse tempo outro, a fim de superar o pânico humano provindo de sua morte biológica, do tempo histórico/linear e da contingência do mundo. Esse caráter linear e cíclico do jornalismo, percebido pelo prima da Teoria Geral do Imaginário, nos ajuda a enfatizar não apenas no que esse tem enquanto gênero discursivo particular, mas também no que ele tem de universal nos seus padrões arquetípicos, que se concretizam de diferentes formas, nos diferentes contextos sociais.

É nesse sentido que é possível perceber como o jornalismo tem, enquanto mundo de referência, o imaginário a fim de nortear a notícia. A notícia toma formas arquetípicas antigas, preenchendo-os com novas roupagens para o leitor moderno. Elas, enquanto sistema simbólico, funde real e ficção na criação de mundos possíveis. Elas seriam assim parte de uma construção simbólica do *homo* midiático, onde se fundem realidade e ficção¹⁶, ajudando na construção da realidade.

A realidade social é fragmentada, não estruturada com um *a priori*. Os fatos isolados nada significam. É preciso que eles sejam encaixados numa referência, num contexto maior, num pano de fundo, a fim de que seja permitido interpretá-los. As notícias auxiliam na estruturação do real, através de relatos narrativos que conferem sentido ao que vem acontecendo.

¹⁶ Quando falamos que a notícia tem um aspecto ficcional, não queremos dizer que ela é algo inventado, criado, da ordem da invenção. O que queremos especificar é que o jornalista recorre aos mesmos procedimentos discursivos empregados pelo escritor ficcional a fim de construir um mundo possível (MOTTA, 2000). São elas (a) verossimilhança, ou seja, o jornalista passa ao leitor a ideia de que seu texto é pura descrição da realidade, tendo como referente sempre à realidade empírica; (b) há um enredo, onde no conjunto de fatos da narrativa são montados conflitos, com começo, meio e fim; (c) personagens em torno dos quais transcorrem os fatos, servem como fontes; (d) tempo, onde sempre procura ser narrado o que acontece no presente, procurando funcionar como um espelho do real; e (e) o ambiente social, que no jornalismo é realisticamente indicado a fim de dar mais credibilidade à notícia.

Ao trabalhar com esses fragmentos isolados, a notícia busca dar coerência e ordenação a realidade (RODRIGO ALSINA, 2009) de acordo com modelos prévios, já trabalhados e presentes no imaginário da sociedade. Uma vez que “a narrativa lê o tempo e ensina como lê-lo” (MOTTA, 2002a, p. 22), o jornalismo colhe esses vários fragmentos do real, registrando-os de modo acurado, ao mesmo tempo em que recorre às sensibilidades do imaginário social a fim de construir o que o leitor vai ler.

Fatos isolados pouco ou nada significam, senão, quando inscritos num contexto maior, num pano de fundo que permita interpretá-los, encaixá-los no escopo da realidade social. Esse processo não está livre de impressões do imaginário. Ao contrário, utiliza-se do imaginário coletivo, do sistema simbólico continuamente alimentado pelo universo cultural para preencher as lacunas deixadas na leitura meramente objetiva e racional (MOTTA, 2004, p. 34).

O mito auxilia na construção dessa realidade. Ao explicar porque a realidade é como é, ele dá sentido a existência; lida com o que é desconhecido; busca um outro plano de existência, em suma, serve enquanto mundo de referência para o jornalista descrever a realidade. Ele se faz mundo de referência para que o jornalista possa construir seu mundo possível na notícia. Veja assim recria, com outra roupagem, os mitos estruturantes presentes no imaginário, os símbolos e os arquetípicos a fim de servir enquanto mediação para o leitor. Por isso, na narrativa aparece imagens universalizantes que são recorrentes em outros tipos de narrativa e estão presentes no imaginário para o qual o jornalista se dirige.

Como o imaginário social atravessa tanto o leitor, quanto os jornalistas, ambos têm um mundo em comum em que recorrem, seja na construção do que está sendo noticiado, seja na sua recepção. Há uma consonância assim entre as simbologias e imagens míticas de quem produz a notícia e de quem as recebe.

O interessante é que será não apenas nos temas que recorre, mas no texto da notícia em si, elemento jornalístico tido como objetivo, descritivo e imparcial, que o imaginário tanto de quem escreve quanto de quem lê irá se manifestar. Como afirma Motta (2002b, p. 67), “as notícias são obras abertas, sentidos inacabados que convidam o leitor a completar cooperativamente a sua significação, como na literatura”.

Esse processo do leitor de ‘completar’ o sentido de uma narrativa jornalística acontece a partir do próprio texto da notícia. Para Eco (2004, p. 11), “o texto é uma máquina preguiçosa, que exige do leitor um renhido trabalho cooperativo para preencher espaços de não-dito ou já-dito que ficaram, por assim dizer, em branco”.

O texto é um material simbólico aberto, preguiçoso no sentido de nunca ser redundante o suficiente para completar seu sentido de forma definitiva, liberando assim um espaço para que o leitor preencha o vácuo. “O texto está, pois, entremeado de espaços branco, de interstícios a serem preenchidos, e quem o emitiu previa que esses espaços e interstícios seriam preenchidos” (ECO, 2004, p. 37).

Eco (2004) concede duas razões para isso: em primeiro lugar, porque o texto, enquanto mecanismo preguiçoso, vive da complementação, ou melhor, da valorização de sentido de seus usuários. Depois, o texto não é apenas conteúdo, mas também forma. Nesse sentido, quando passa da didática para a estética, fica a cargo de quem lê a iniciativa de interpretação.

Assim, todo texto de Veja se torna uma máquina pressuposicional que só adquire sentido no encontro com seu público leitor, ou melhor, seu sentido só é completado quando quem lê preenche com o significado que está proposto ou sugerido no próprio texto. Ele é, assim, emitido para que alguém o atualize, o complete, lhe concretizando o significado potencial que nele está implícito. “O texto deixa os próprios conteúdos em estado virtual, esperando-se que a sua atualização definitiva se dê com o trabalho cooperativo do leitor” (ECO, 2004, p. 12).

Dessa forma, “um texto representa uma cadeia de artifício de expressão que devem ser atualizados pelo destinatário” (ECO, 2004, p. 35). Ao encontrar o leitor, o sentido do texto se expande, já que, por si mesmo, ele é puro *flatus vocis*, isto é, pura emissão fonética, precisando por isso ser correlacionada com alguma referência ou ser percebida a luz de um determinado código. Cabe ao leitor fazer essa correlação de sentidos, esse complemento, essa expansão do que foi escrito, a tal ponto que, esse último se torna imprescindível para que um texto se realize em sua totalidade.

Uma vez que o texto de Veja é um material complexo, entremeados de vários ‘não-dito’, ou seja, de várias instâncias de expressão não manifestas em sua superfície, o seu leitor precisa atualizar essas instâncias a fim de perceber plenamente o conteúdo do que está sendo discutido. E, para isto, o texto requer movimentos de cooperação de forma ativa e consciente da parte de quem lê a fim de que seu sentido seja plenamente manifesto.

O leitor modelo é o mecanismo de previsão. Ele é tanto aquele que completa o sentido de um texto, quanto àquele que serve de parâmetro de referência para o que vai ser escrito. Daí a razão do porquê Veja se vale do imaginário presente no seu público alvo a fim de construir sua narrativa: as fabulações implícitas na revista adquirem um sentido narrativo a partir dos imaginários, utopias, fantasias e desejos dos seus leitores.

Dessa forma, as notícias configuram o mundo real através de categorias mitológicas do mundo de referência, tanto dele quanto do leitor, a fim de construir um mundo possível que estará presente nos textos de Veja.

III IMAGINÁRIO SOBRE A LÍNGUA NA REVISTA VEJA

3.1 A LÍNGUA DA VEJA

O objetivo principal desta dissertação é analisar as manifestações do imaginário sobre a língua em textos publicados pela Revista Veja entre 2000-2012. Nessa quarta parte identificamos quais imagens Veja lança mão e como elas se manifestam em suas narrativas quando a revista tem por tema a linguagem humana.

Como vimos, na perspectiva de Durand, o imaginário tem uma dimensão universal e uma dimensão particular, onde a capacidade imaginária do *sapiens* é preenchida por momentos históricos, sociais e culturais particulares, criando simbologias e mitologias próprias. A fim de detectar esse estreito vínculo entre as narrativas jornalísticas da revista Veja e o mito, nós lançamos mão de uma técnica de pesquisa desenvolvida por Durand (1985, 1996) chamada mitocrítica.

Fizemos uma “caça aos mitos”, rastreando as imagens simbólicas nas páginas de Veja. Empregamos a mitocrítica a partir dos três eixos norteadores indicados por Araújo e Silva (1995): (a) sincrônico; (b) o diacrônico; (c) e o isotópico. Assim, rastreamos os mitos que impulsionavam as narrativas jornalísticas da revista sobre a linguagem humana.

Para isso, identificamos e descrevemos os mitemas, pequenas unidades de composição da narrativa que aparecem como conteúdo, tema, objeto, cenário, emblema, situação e que se repetem insistentemente nos textos (DURAND, 1985), estando, no nosso caso, sempre aparecendo, quando a revista fala sobre a linguagem¹⁷. Como nosso trabalho é fenomenológico, nove imagens foram identificadas e descritas. São elas: (a) língua perene, (b) língua e os olimpianos, (c) língua, heróis e vilões, (d) língua e paraíso, (e) língua e babel, (f) língua e pentecostes, (g) língua e ciência, (h) língua e humanidade e (i) língua e sociedade.

Essa nove imagens não são unidades isoladas, mas aparecem em “pacotes de relações” (ARAÚJO e SILVA, 1995), dando forma e sentido aos mitos regentes nas mais diversas manifestações culturais. Eles giram em torno de mitologemas, grandes esquemas míticos que modulam os mitemas, numa situação mitológica. Por fim, os mitologemas ganham corpo com a narrativa canônica, que procura sistematizar os mitemas, percebendo em qual padrão os mitos estão organizados dentro de uma narrativa.

¹⁷ Por uma questão de espaço, não iremos colocar todas as repetições dos mitemas presente nos textos, isto é, não iremos colocar na descrição todos os trechos de todas as matérias em que Veja repete determinado fato sobre a língua. Por exemplo: em várias matérias há uma correlação entre língua e uma melhor oportunidade de emprego. Para nossos objetivos, não convém apontar todos os trechos das matérias em que essa correlação aparece.

Nossos nove mitemas giram em torno de duas narrativas canônicas: (a) no primeiro conjunto de imagens a língua está ligada ao sucesso profissional e a ascensão social; (b) no segundo conjunto de imagens as grandes questões sobre a linguagem, suas origens, a possibilidade de falar uma única língua, a resposta do porquê falamos como falamos, como a língua é algo exclusivo da humanidade, são respondidas pela autoridade da ciência.

Nesse percurso, foi possível perceber como as narrativas de Veja organizam os imaginários sobre a língua. Nesse sentido, nosso objetivo nessa análise é descrever as matérias de Veja sobre a linguagem e perceber como elas dialogam com os diversos arquetípicos, símbolos, mitos e imagens presentes no imaginário da sociedade, ao mesmo tempo e que analisa como eles se concretizam quando entram em contato com o ambiente sociocultural do público leitor.

Assim, essa análise mostra que as matérias sobre a linguagem humana na revista Veja seguem um duplo movimento: por um lado, de modo informativo e pragmático, buscam passar ao leitor informações e avaliações sobre acontecimentos do cotidiano que envolve a linguagem do *homo sapiens*; por outro lado, e de forma paralela e simultânea ao *logos*, as narrativas de Veja lançam mão de matrizes arquetípicas pré-existent, provenientes do imaginário social sobre as línguas, a fim de tecer a comunicação jornalística da revista.

Para que possamos ver a relação entre o imaginário e o contexto sócio-histórico-cultural sobre a linguagem humana, se faz necessário caracterizar a revista no cenário sócio-histórico-cultural brasileiro entre 2000 e 2012, bem como perceber a relação da imprensa e da sociedade brasileira com a linguagem.

Dessa forma, foi possível compreender os imaginários sobre as línguas naturais que a revista produz e reproduz dentro do contexto brasileiro, ao mesmo tempo em que coloca em relevo a historicidade da dimensão simbólico-mítica sobre a linguagem, de Veja em particular e do jornalismo como um todo no geral.

Veja é um periódico semanal da Editora Abril, ocupando atualmente o posto de revista de maior circulação do Brasil. Sua primeira edição foi lançada no dia 11 de setembro de 1968. Em seu editorial de inauguração, o jornalista e proprietário da publicação, Victor Civita, afirmava que o principal objetivo de Veja era “ser a grande revista semanal de informação de todos os brasileiros” (*Carta do editor*, VEJA, nº 1, 11 set. 1968, p. 20).

O discurso do empresário chefe da Editora Abril era otimista: Civita afirmava que foi formada a maior equipe redacional que uma revista brasileira já havia tido, com escritórios regionais em toda as grandes cidades do país e que manteriam contato constante com a redação em São Paulo.

O Brasil não pode mais ser o velho arquipélago separado pela distância, o espaço geográfico, a ignorância, os preconceitos e os regionalismos: precisa de informação rápida e objetiva a fim de escolher novos rumos. Precisa saber o que está acontecendo nas fronteiras da ciência, da tecnologia e da arte no mundo inteiro. Precisa acompanhar o extraordinário desenvolvimento dos negócios, da educação, do esporte, da religião. Precisa, enfim, estar bem informado, e este é o objetivo de *Veja* (*Carta do editor*, VEJA, nº 1, 11 set. 1968, p. 21).

Como é possível perceber na Carta do editor, a publicação da Editora Abril situava-se no contexto da consolidação de uma sociedade urbana e industrial, que vinha se formando no país desde a década de 1950, transformando *Veja* num bem simbólico cultural que procurava estar em sintonia com o projeto de modernização do Brasil através da implantação definitiva do capitalismo. A revista deixaria o leitor saber, de forma rápida e objetiva, o que estava acontecendo na ciência, na tecnologia, na educação, no esporte, na religião e nas artes do mundo todo. Por isso, *Veja* irá privilegiar um modelo de jornalismo que dava ênfase na análise, na clareza das informações e na capacidade de síntese do que aconteceu durante a semana (SCALZO, 2008).

Ao longo da segunda metade do séc. XX e início do séc. XXI, *Veja* se consolidou no cenário nacional ao lançar mão, entre outras coisas, de uma das principais características desse tipo de mídia, a saber, a segmentação do público. Essa é uma das principais distinções da revista impressa: partir para selecionar um nicho específico a quem se vai falar diretamente. “Ao longo da história das revistas, logo se aprende a inevitável necessidade de estabelecer um foco preciso para cada publicação” (SCALZO, 2008, p. 49).

Atualmente, a revista faz parte do hábito de leitura da classe média brasileira¹⁸, ou seja, seu conteúdo é consumido por uma faixa da população que se encontra no topo da pirâmide social do país, de forma que os leitores de *Veja* se encontram dentro da parcela mais ricas da população. Além disso, os que leem a revista estão em plena fase de atuação profissional: a maioria, 62%, tem entre 20 e 49 anos. Como comenta Kucinski (1999) sobre as revistas semanais de informação no Brasil, o periódico mantém um senso de lealdade com seu público leitor, preenchendo no país uma necessidade importante de se informar.

As revistas semanais ilustradas preenchem no Brasil uma necessidade importante de leitura, devido à sua longevidade e alcance nacional, especialmente entre as classes médias, que não compram jornais diários. Ao contrário dos jornais, possuem um universo grande e próprio de leitores,

¹⁸ De acordo com o estudo da EGM - *Estudos Marplan*, consolidado em 2013, 20% dos leitores de *Veja* fazem parte da classe A e 50% da classe B. Disponível em: <<http://www.publiabril.com.br/tabelas-gerais/revistas/perfil-dos-leitores>>. Acesso em: 01 jun. 2014.

distinto do universo dos protagonistas das notícias, e mantém com esse público um forte laço de lealdade. Nas funções de determinação da agenda e produção de consenso atuam como usinas de uma ideologia atribuída às classes médias, inclusive no reforço de seus preconceitos (KUCINSKI, 1999, p. 37).

Uma vez que o público alvo de *Veja* foi escolhido e segmentado, a agenda da revista seguiu a agenda e os imaginários dos seus leitores da classe média brasileira. Essa é uma característica da mídia impressa em formato revista, ou seja, elas “têm a capacidade de reafirmar a identidade de grupos de interesses específicos, funcionando muitas vezes como uma espécie de carteirinha de acesso a eles” (SCALZO, 2008, p. 50).

De acordo com Furtado (2000), as reportagens produzidas pela revista *Veja* são frutos do trabalho de vários repórteres espalhados pelo Brasil e fora dele. Eles enviam diariamente textos para um grupo de editores presentes na sede da revista, em São Paulo (SP). Os editores reúnem todo o material enviado pelos repórteres num mesmo texto, ou seja, o trabalho de vários repórteres sobre o mesmo assunto é colocado dentro de uma única narrativa, “o que implica reunir diferentes recortes de textos em um só” (FURTADO, 2000, p. 4).

Dessa forma, o discurso final produzido pela revista, de acordo com a pesquisadora, é diferente das produções iniciais dos repórteres, não apenas em termos de texto, mas também no sentido.

A maioria das pessoas (os leitores) sequer tem o conhecimento de que o discurso jornalístico que é publicado (e em especial o de *Veja*) é heterogêneo, sem autoria clara, e com um sentido que pode ser muito diferente daquele supostamente empregado pelo entrevistado. Cabe aqui ressaltar que não só o discurso, mas o texto também é heterogêneo. Ele não pode ser considerado como uma superfície plana e linear. Na perspectiva discursiva, o texto tem inúmeras direções, múltiplos planos significantes (FURTADO, 2000, p. 12).

Durante os anos 2000-2012, que é o período que estamos estudando, a revista *Veja*, quando trata sobre a linguagem humana, traz três tipos de perspectivas: (a) por um lado, textos que dialogam com a lógica neoliberal, que considera o mercado como um mecanismo autorregulador, possuidor de uma racionalidade própria que procura o equilíbrio entre oferta e procura, fazendo com que haja mais eficiência na distribuição dos recursos; (b) matérias que enfocam a relação entre língua e sociedade; e por fim (c) notícias sobre a linguagem associadas a questões biológicas e paleoarqueológicas. Essas três temáticas estão relacionadas, de certa forma, com o público alvo que a revista objetiva atingir.

De acordo com Steger (2006), o neoliberalismo surge tanto com a crise do capitalismo dos anos 1970, quanto com a crise do Estado de Bem-Estar. Para os neoliberais, “qualquer

restrição à livre competitividade iria interferir na natural eficiência dos mecanismos de mercado, conduzindo inevitavelmente à estagnação social, à criação política e à criação de burocracias ineficazes” (STEGGER, 2006, p. 47), ou seja, para a política neoliberal, a redução ou eliminação das barreiras comerciais existentes entre as nações beneficiará os consumidores, uma vez que esses últimos terão mais opções de escolha, além de difundir novas tecnologias e criar relações sócias pacíficas entre os países que aderem a tal política.

No Brasil, o impacto da agenda neoliberal chega de forma retardatária, somente em 1994, com a refundação liberal do Estado no governo de Fernando Henrique Cardoso. Para Chauí (2006), a implantação desse modelo no Brasil teve quatro principais consequências: (a) o desemprego estrutural, gerado pela automação e pela velocidade das mudanças tecnológicas que faz com a mão de obra se torne rapidamente obsoleta; (b) a terceirização estrutural, ou seja, a ampliação do setor de serviços ao mesmo tempo em que fragmenta o trabalho em tarefas terceirizadas, enfraquecendo a noção de classe operária; (c) a insegurança gerada pelas incertezas do mercado e pelo medo de perder o emprego; e (d) a ideologia da competência técnico-científica, ou seja, a ideia de que quem possui conhecimento está naturalmente dotado de melhores condições de vida e de melhores oportunidades de emprego.

No começo do séc. XXI, Veja adota a lógica neoliberal em seus discursos de capas, inclusive em matérias sobre a língua (MENDONÇA, 2006). Com o passar dos anos, a revista tem se distanciado do seu enfoque original que privilegiava um modelo de jornalismo que dava ênfase na análise, na clareza das informações e na capacidade de síntese do que aconteceu durante a semana.

De acordo com Carnevalli (2003), as revistas de informação no Brasil tem se afastado da análise política ou econômica e dos acontecimentos da semana ou de informações no geral para abordar temas como entretenimento e qualidade de vida. Esse afastamento está ligado ao contexto em que vive a publicação no Brasil, bem como aos interesses do seu público alvo. Como resume Correa:

O conteúdo de Veja que retrata os principais acontecimentos do Brasil e do mundo, acompanha as oscilações do interesse do leitor. O debate ideológico e a luta pela democracia, deram lugar nos últimos anos, a assuntos ligados a comportamento e a qualidade de vida. Seus leitores, 80% das classes A e B, tem nível alto de educação e de consumo. Querem opinar e ser ouvidos (CORREA, 2000).

É dessa forma que o imaginário do público de Veja influencia o conteúdo da revista, que retroage no imaginário do público, numa realimentação constante, chegando à autonomia organizacional da publicação. Nesse caso, percebem-se nas matérias de capa de Veja, durante

o período de análise, assuntos ligados a comportamento, saúde, corpo e a qualidade de vida – temas que, nas reportagens, se relacionam com a busca pelo sucesso profissional, que são os assuntos que interessam ao público alvo que *Veja* procura alcançar.

Um dos resultados da pesquisa de Carnevalli (2003) constatou uma desvinculação entre os acontecimentos marcantes da semana e as matérias de capas das revistas semanais, ou seja, predominam no periódico da Editora Abril, os *faits divers* enquanto matéria de capa, a saber, notícias relacionadas a dietas, auto ajuda, saúde, moda, corpo, escândalos, como conseguir um melhor emprego, como ascender profissionalmente, entre outros.

Na pesquisa de Carnevalli (2003), que teve como *corpus* as três semanais *Época*, *IstoÉ* e *Veja* do ano 2000, e por meio de análise comparativa, foi observado que 50% das manchetes de capa eram sobre notícias *fait divers*, enquanto 27% traziam temas factuais ou furos de reportagem. Na pesquisa, os assuntos da semana ficaram em último lugar (23% das capas). Além disso, *Veja* foi o exemplo mais contrastante: 12% do total de suas capas reportavam temas da semana, ou seja, seis capas durante o espaço de um ano.

Outra pesquisa, de Augusti (2005), constatou a mesma linha: houve 22 matérias de capa sobre comportamento na *Veja*, de uma amostra que reuniu 56 edições entre setembro de 2003 e setembro de 2004. No *corpus* de análise, quatro valores predominam em *Veja*, aparecendo em mais de 50% das matérias analisadas. Saúde, presente em 77,27% do *corpus*; e prazer, beleza e inteligência apareceram em 54,54% do total.

Essas quatro vertentes concentram-se em dois paradigmas motivacionais: o primeiro diz respeito à autorrealização (saúde e inteligência) e o segundo ao hedonismo (prazer e beleza), características presentes na pós-modernidade (MAFFESOLI, 2007, 2010). De acordo com Augusti (2005, p. 136), “os valores dominantes no discurso de *Veja* são os que defendem um indivíduo saudável, belo, inteligente e que viva com prazer”.

Dessa forma, o cuidado com o corpo/aparência e com a saúde física e mental, bem como a possibilidade de conseguir um melhor *status* social e ascender socialmente, são os assuntos que formam a agenda do brasileiro no início do sec. XXI e que pode ser percebida nas capas das revistas semanais.

Dentro desse paradigma está a ideia de que a busca de um corpo perfeito é algo natural, já que o objetivo é ser saudável; a ideia de ensinar ao leitor como driblar os problemas e *stress* do dia a dia; a ideia de como se dar bem no mercado de trabalho; e a ideia de que esses fatores influenciam na ascensão profissional do indivíduo.

Todas estas vertentes culminam num mesmo objetivo, a saber, uma boa aparência e um indivíduo com resistência física e mental têm mais chances de se dar bem na busca por um

bom emprego, baseado na imagem da meritocracia. Como veremos, é dentro desse contexto que se encontra a maior parte das matérias sobre a língua em *Veja*.

As matérias e capas de revistas que fazem referências a aspectos ligados à língua são poucas – seguindo uma tendência da imprensa brasileira que não trazem muitas matérias sobre a língua. Em 12 anos de análise, temos 16 matérias, dois textos em box e três entrevistas que tem por assunto algum tema relacionado à linguagem.

Boa parte dessas matérias e entrevistas presentes em *Veja* na primeira década do séc. XXI seguia uma tendência cada vez mais constante nos meios de comunicação desde a década de 1990, a saber, a proliferação de série de programas de televisão e rádio, além de matérias em sites, revistas e jornais, que procuravam conceder ao telespectador/leitor “aulas de português” pela mídia (POSSENTI, 2003).

Geralmente, esses programas de rádio e televisão se dedicam a “corrigir” os “erros” de português das pessoas ou tirar as principais dúvidas dos ouvintes e telespectadores sobre como utilizar “corretamente” a língua. Uma das principais características dessas publicações e programas que começaram a aparecer nos meios de comunicação é que, através da simplificação das regras e lançando mão de um viés humorístico, procuram oferecer ao público uma espécie de “resumo” das gramáticas normativas, de forma que o conteúdo seja mais facilmente assimilado e entendido.

Possenti (2003, 2009) aponta possíveis razões que poderiam explicar esse enfoque dado à língua pelos meios de comunicação: (a) os vários problemas do sistema escolar brasileiro, principalmente no que se refere a tornar os estudantes familiarizados com a norma padrão; (b) o falso pressuposto presente no imaginário social de que, para cada caso, a língua oferece apenas uma forma correta de falar, sendo as variantes classificadas como “erros”¹⁹; (c) a ideia de que falar corretamente é condição necessária para sair-se bem no mercado de trabalho, oferecendo as pessoas sugestões de como se vestir e falar adequadamente; (d) a suposição de que o conhecimento da gramática normativa é condição *sine qua non* para redigir textos claros e elegantes; (e) o discurso de auto ajuda que leva o público a crer que para problemas difíceis há soluções fáceis, levando assim o leitor ou telespectador a perceber que aprender a gramática normativa não é tarefa difícil.

¹⁹ Para a linguística, as variações dentro da língua, como *os livros* e *os livro* não são certas ou erradas em sua essência, ou seja, uma não é mais exata ou mais correta do que outra. Ambas são regulares, ou seja, essas duas formas de falar seguem regras estritas. Por isso, “sendo a língua uma realidade essencialmente variável, em princípio não há formas ou expressões intrinsecamente erradas” (POSSENTI, 1996, p. 86). É a sociedade que faz uma avaliação de cada das variantes linguísticas, considerando uma certa e outra errada, uma feia e outra bonita. Numa língua, é certo o que a sociedade considera certo e errado o que a sociedade considera errado. E tudo que foge ao que foi estipulado pela sociedade como correto é classificado como erro. Por isso, a noção de erro na língua tem origem na sociedade, não na estrutura da língua (BAGNO, 2009).

Com a popularização dessas “aulas de português” nos meios de comunicação, principalmente na mídia impressa, os linguistas procuraram analisar e perceber esse fenômeno em produções acadêmicas ou de divulgação para o grande público. No livro *Preconceito Linguístico* – o que é, como se faz, Marcos Bagno (2005, 2009) apresenta oito mitos sobre a língua portuguesa que estão fortemente arraigados no imaginário social da população brasileira – além de serem constantemente divulgados pelos meios de comunicação social²⁰.

Bagno (2003, 2005) também escreveu outras duas obras: *Norma Oculta e Dramática da Língua Portuguesa* onde procura apontar para certo “policiamento gramatiquero” presente nos meios de comunicação através do que o autor classifica como “comandos paragramaticais”, ou seja, produções que:

são, em sua forma ‘clássica’, livros destinados ao público em geral [...], escritos por autoproclamados ‘defensores da língua portuguesa’, que investem contra ‘erros comuns’, a ‘invasão do estrangeirismo’, a ‘ruína do idioma de Camões’, a ‘a pobreza da língua da atual geração e outros ‘males’ igualmente graves [...]. Em sua forma mais ‘moderna’, os CP servem-se tanto dos meios de comunicação mais difundidos ao longo do século XX – jornal, revista, rádio, televisão, telefone – quanto das inovações mais recentes no campo da difusão de informação – o CD-ROM e a internet (BAGNO, 2005, p. 97).

Para Bagno (2003), as questões que envolvem a linguagem não são apenas linguísticas, mas também ideológicas. O que importa não é exatamente o que se diz, mas quem diz o quê a quem, ou seja, quando se trata da relação entre linguagem e sociedade, quem está sendo avaliado não é apenas a língua da pessoa, mas sim a própria pessoa²¹.

Assim, os comandos paragramaticais são ferramentas destinadas ao público em geral e que servem para ensinar as pessoas como “bem empregar a língua” – além de, com isso, ajudar a fortalecer, na sociedade, informações sobre a linguagem que estão em descompasso

²⁰ Os oito mitos listados por Marcos Bagno (2009) são: “o português do Brasil apresenta uma unidade surpreendente”, “Brasileiro não sabe português/só em Portugal se fala bem português”, “Português é muito difícil”, “As pessoas sem instrução falam tudo errado”, “O lugar onde melhor se fala o Português é no Maranhão”, “O certo é falar assim porque se escreve assim”, “É preciso falar e saber gramática para falar e escrever bem” e “O domínio da norma padrão é instrumento de ascensão social”.

²¹ De acordo com Bagno (2003), quando os cidadãos mais letrados não seguem a gramática normativa, seus erros passam despercebidos e não provocam “arrepios” nem “dores no ouvido”, embora contrariem as normas gramaticais. Um engenheiro que diz “me dá o peixe” é considerado menos errado do que o comerciante da esquina que fala “os peixe” – mesmo que ambos contrariem a norma padrão. Assim, quando o “erro” de português se torna uma “regra” na língua falada pelos cidadãos mais letrados, ele passa despercebido. Dessa forma, surgem “erros” mais errados que outros, sendo essa escala proporcional à escala de prestígio sociocultural. Para o autor, os comandos paragramaticais ajudam a fortalecer essas concepções ideológicas que envolvem a relação entre linguagem e sociedade.

com o conhecimento científico e que ajudam a fortalecer preconceitos contra determinadas formas de falar (BAGNO, 2005).

De acordo com a análise feita por Scherre (2005, p. 38), ao analisar algumas seções do jornal *Correio Braziliense* que trataram sobre a língua portuguesa, a autora concluiu que “os jornais brasileiros, de forma mais ou menos explícita, apresentam situações diversas de preconceito linguístico”. Esse último termo define, qualquer juízo de valor que “estigmatiza direta ou indiretamente as pessoas que não dominam formas linguísticas consideradas certas por uma dada comunidade” (SCHERRE, 2005, p. 15 e 16).

Para Possenti (2003, 2009a, 2009b), que em sua obra faz pequenas análises de comentários feitos sobre a língua nos meios de comunicação, geralmente os programas de televisão e rádio, ou as colunas de jornais e revistas, que tem por assunto a linguagem tratam-na a partir de um viés normativo, ou seja, procuram popularizar para as pessoas “regras” da gramática normativa – como o faz a coluna do Prof. Pasquale, na Folha de São Paulo todas às quintas feiras.

De acordo com o autor, praticamente, não há colunas e matérias de divulgação científica no campo dos estudos linguísticos e que estejam presentes nos maiores veículos de comunicação do país em termos de alcance, com exceção quando o assunto envolve uma relação entre linguagem, cérebro, genes e origem (POSSENTI, 2003).

Outros campos do saber, como a biologia a física, a astronomia e a economia, possuem profissionais que oferecem ao público explicações e informações básicas sobre fenômenos típicos desses campos, seja para corrigir alguma imprecisão divulgada pelos jornais, seja para elucidar algum ponto que a população em geral desconhece. Mas quando se fala sobre a linguagem, tal tentativa de divulgação não acontece.

Quando este é o tema, é geral a ignorância ou o desconhecimento de outro tipo de estudos que não sejam os normativos – além de tudo, presos a formas linguísticas mais antigas ou mesmo a detalhes poucos relevantes, quando não inventados ou transformados em grandes problemas, o que não são. Além disso, as colunas sobre língua que circulam em nosso meio nunca ultrapassam a repetição das mesmas receitas simplificadas e resumidas (POSSENTI, 2009b, p. 9).

Em pesquisa realizada por Mendonça (2006) foi constatado que, na passagem do séc. XX para o XXI, as matérias analisadas nos meios de comunicação impresso e em sites da internet que tratavam sobre a língua, como a revista *Veja*, *Você S/A* e jornais como *Folha de São Paulo* e o *Estadão*, traziam textos que davam continuidade a um purismo linguístico presentes na sociedade brasileira, mais especificamente nos trabalhos de escritores românticos

de meados do séc. XIX. Além disso, a autora encontrou dois tipos de purismo na mídia de referência: o purismo neoliberal e o purismo nacionalista.

Esse último, o purismo nacionalista, se liga a noção de uma ‘língua nacional’, onde jornalistas, leitores e deputados defendem, através de discursos analisados na Folha de São Paulo, Estadão e Observatório da Imprensa, uma manifestação pura da língua contra o estrangeirismo, acompanhada de uma postura nacionalista que procurava sair em “defesa” da língua. Já o primeiro tipo de purismo estaria relacionada, nas matérias, a percepção de que “o ‘bom uso da língua’ está associado ao sucesso profissional” (MENDONÇA, 2006, p. 58), ou seja, as matérias convergem discursivamente para uma correlação entre sucesso profissional e falar bem, sendo por isso necessário o “aperfeiçoamento do uso do português” (p. 60).

Devido à deteriorização do mercado de trabalho, também parte da burguesia [...] se vê ameaçada pela insegurança profissional – há um aumento na concorrência por cargos que exigem profissionais capacitados. É nesse contexto histórico que são produzidos discursos que buscam na língua – ou no que a mídia chama de ‘norma culta’ – *uma ferramenta para suplantar as dificuldades individuais de acesso aos bens, aos serviços e ao ‘emprego’*. Essa é uma *realidade prática* de uso da língua, a qual possibilitaria a esse profissional da classe média distinguir-se da maioria ou, ao menos, atingir aquilo que minimamente se esperaria do profissional capacitado: um ‘bom uso’ da língua. A partir da análise feita, é possível dizer que estamos frente a um tipo especial de *purismo*: um *purismo neoliberal* (que advoga – frente ao ‘salve-se quem puder’ ou ao ‘é agora sua grande chance’ – a necessidade de limpar os ‘erros’ da fala e da escrita da classe média, que quer ter sucesso econômico ou acesso aos bens produzidos pelo mercado). Trata-se de uma *atitude linguística sociopoliticamente condicionada*, em que, frente ao desemprego estrutural, à terceirização, à insegurança, *supervaloriza-se o sucesso pessoal/individual*, em detrimento da ‘coletivização’ (com suporte na classe social, nos interesses sociais, na busca de um bem-estar comum etc); em que o sucesso buscado à exaustão é fruto do esforço de cada um, não das condições sociais a que teve acesso o indivíduo (MENDONÇA, 2006, p. 64 e 65).

Percebem-se nas análises dos linguistas que, quando falar sobre a língua, os meios de comunicação social o fazem através de um viés discursivo, onde teríamos, nos meios de comunicação, à ideologia do preconceito linguístico.

Logo, quando tratam sobre a língua, a mídia parte do pressuposto de que, para cada caso, a língua oferece apenas uma única forma certa de falar, sendo qualquer outra variante linguística classificada como “erro” (POSSENTI, 2003). E que esta maneira verdadeira e correta é a que está estampada na gramática normativa.

A língua seria, no contexto em que aparece nos meios de comunicação sociais, tratadas quase que exclusivamente por um viés normativo. Além de fortalecer ideias equivocadas sobre a língua, os linguistas afirma que os textos presentes na imprensa

costumam passar para o público em geral falsas relações, como a de que existiria um elo entre linguagem e ascensão social (BAGNO, 2005, 2009), linguagem e sofisticação de pensamento (POSSENTI, 2009a), entre outras coisas.

3.2 MOVIMENTOS DOS IMAGINÁRIOS SOBRE A LÍNGUA EM VEJA

No tópico anterior, descrevemos o contexto em que a linguagem aparece nas matérias de Veja, ou seja, analisamos de forma breve o contexto sociocultural em que as reportagens são apresentadas na publicação, bem como a situação de como a linguagem é apresentada pelos meios de comunicação de acordo com a análise dos linguistas.

Agora, fazemos uma descrição de todas as matérias, ao mesmo tempo em que procuraremos perceber alguns mitemas, isto é, pequenas unidades de composição da narrativa que aparecem como conteúdo, tema, objeto, cenário, emblema, situação e que se repetem insistentemente nos textos (DURAND, 1985), estando, no nosso caso, sempre aparecendo, quando a revista fala sobre a linguagem.

Nosso objetivo nesse tópico é descrever as matérias de Veja sobre a linguagem e perceber como elas dialogam com os diversos arquetípicos, símbolos, mitos e imagens presentes no imaginário da sociedade, ao mesmo tempo e que busca perceber como eles se concretizam quando entram em contato com o ambiente sociocultural descrito acima.

Antes de compreender melhor como os imaginários sobre a língua se cruzam com o *logos* presente na revista, é importante descrever as imagens que se repetem insistentemente quando a revista fala sobre a linguagem humana. São elas: (a) língua perene, (b) língua e os olímpicos, (c) língua, heróis e vilões, (d) língua e paraíso, (e) língua e babel, (f) língua e pentecostes, (g) língua e ciência, (h) língua e humanidade e (i) língua e sociedade.

Uma vez que “a existência de um imaginário determina a existência de um conjunto de imagens” (MAFFESOLI, 2001, p. 76), essas imagens irão, por um lado, nos ajudar na descrição das revistas feita nesse tópico, percebendo assim como essas nove imagens que aparecem nas reportagens e entrevistas da revista, ao mesmo tempo em que oferecerão preceitos para nortear nosso próximo ponto, a saber, a relação entre *logos* e *mythos* na revista Veja quando o assunto é a linguagem.

(a) Língua Perene

Uma das primeiras imagens sobre a língua presente em Veja está ligada a filosofia perene, isto é, a língua que falamos é uma réplica de uma língua existente, que de certa forma

é mais eficaz e duradoura, clara e precisa, nos servindo como modelo e parâmetro para a forma como nós a utilizamos. Essa língua exemplar apresenta-se como uma realidade que acompanha e ampara a nossa realidade linguística, sendo a nossa linguagem apenas um modelo dessa outra língua padrão.

Um desses modelos linguísticos, das quais nossa língua é uma cópia, é a chamada norma culta²². Ela seria o “exemplo”, “modelo”, “arquetípico” no sentido de ser a “forma” na qual todas as línguas precisariam seguir. Surge daí uma tensão entre uma língua ideal, que a maioria das pessoas deveria falar e que recebe alguns adjetivos como “clara”, “elegante”, “precisa”, *versus* a língua tal como é falada no dia a dia pelas pessoas.

Em Veja, essa imagem manifesta-se na maioria das matérias cujo conteúdo tem a língua como tema. Nelas, são ressaltados o dever de se aprender a “norma culta”, bem como o alerta em se evitar determinadas formas de falar que seriam “erradas”, ferindo a “natureza da língua”.



Figura 1.

Fonte: Revista Veja, 2010, nº. 2177.

Ao longo da matéria *Nós falamos mal, mas você pode fazer melhor* (VEJA, nº 2177, 11 ago. 2010), a revista traz várias ilustrações com alguns “deslizes gramaticais” do primeiro debate dos presidentiáveis para as eleições de 2010, ou seja, há varias falas, com suas

²² Em Bagno (2003), há uma extensão discussão sobre qual é o sentido do termo “norma culta”.

respectivas “correções”, apontando os “desvios gramaticais” cometidos pelos candidatos à presidência.

O subtítulo da matéria afirma: “Do ponto de vista da clareza e da gramática, o primeiro debate dos candidatos deixou a desejar. Mas, para os brasileiros interessados em dominar o português, novas obras de referência podem ajudar a enriquecer o idioma cotidiano” (p. 94). A revista traz como manchete na capa (Figura 1): “Falar e escrever bem: rumo à vitória”²³.

Ao comentar sobre os “deslizes” cometidos pelos candidatos a presidência, o texto afirma que uma das grandes necessidades dos brasileiros é buscar escrever de forma “clara” e “eficiente” (p. 96). Em seguida, o texto, depois de tratar sobre o elevado número de vendas do *Dicionário Etimológico da Língua Portuguesa*, afirma que “os brasileiros tem desejo [...] por ferramentas que os auxiliem no bom uso da língua, escrita ou falada” (p. 96). Como é possível perceber pelas citações, em Veja há um uso da língua que é tido como bom, enriquecedor, claro, e isso tanto na escrita quanto na fala.

Ao comentar sobre o projeto NURC²⁴, a revista afirma que “nas últimas décadas, por força da urbanização, o fosso que separava a fala culta da ‘popular’ tem se estreitado” (p. 98). Para Veja, essa língua “perene” e “exemplar” não é imutável, mas teve várias mudanças ao longo do tempo. Todavia, ainda assim há um modelo “padrão” que deve ser seguido. Nessa matéria, a revista faz um pequeno comentário sobre as diferentes percepções das diferentes épocas sobre como as pessoas consideram o “certo” e o “errado”:

Em meados do século passado, por exemplo, ‘a gente’ não era aceito como um equivalente de ‘nós’. Hoje, é uma forma perfeitamente apropriada. ‘Nós’ ganhou certo ar formal [...]. ‘A gente fomos’, é claro, continua sendo o que sempre foi: um erro. Aberrações como essa agredem tanto os ouvidos como a natureza da língua (*Nós falamos mal, mas você pode fazer melhor*, VEJA, nº 2177, 11 ago. 2010, p. 98).

A língua muda com o tempo, mas ainda há “aberrações” que “agredem tanto os ouvidos como a *natureza da língua*” (Grifos Nosso). Essa língua exemplar melhora a clareza do que é falado, além de ser útil para o desenvolvimento do pensamento e da ciência.

²³ O subtítulo da manchete na capa: “Expressar-se com clareza e elegância é essencial para avançar na vida. A boa notícia é que há mais ferramentas para o aprendizado”.

²⁴ O projeto Norma Urbana Culta (NURC), do prof. Ataliba de Castilho, objetiva descrever como de fato as pessoas falam, ou seja, os pesquisadores visam perceber e “identificar a lógica gramatical praticada no dia-a-dia por pessoas instruídas até o curso superior” (*Todo mundo fala assim*, VEJA, nº 1710, 25 de jul. 2001, p. 70). Por isso, ele segue parâmetros diferentes das gramáticas normativas, uma vez que o objetivo dessas últimas é impor a forma exemplar de como se deve falar.

Em *Falar e escrever, eis a questão* (VEJA, nº 1725, 07 nov. 2001), a publicação afirma em sua capa (Figura 2): “Falar e Escrever bem”. No subtítulo: “O brasileiro tem dificuldade de se expressar corretamente. Mas está fazendo tudo para melhorar, porque precisa disso na profissão, nos negócios e na vida social”. Há, assim, uma forma correta e exemplar de se comunicar. O brasileiro está cada vez mais procurando seguir esse modelo porque, de acordo com o texto, precisa disso no seu dia a dia.



Figura 2.

Fonte: Revista Veja, 2001, nº. 1725.

Tanto na matéria de 2001, quanto na de 2010, o sentido é o mesmo: há uma língua modelo, que serve de base para “amparar” nossa língua, mas que nem todas as pessoas seguem. Todavia, os brasileiros vêm fazendo de tudo para adotarem-na. Em outro texto, dessa vez numa entrevista do gramático Evanildo Bechara as páginas amarelas (*Em defesa da gramática*, VEJA, nº 2109, 01 jun. 2011), essa tensão fica mais evidente. O contexto da entrevista é a polêmica em torno do livro didático “Por uma vida melhor”²⁵:

²⁵ *Por uma vida melhor* faz parte da coleção *Viver e Aprender* e é distribuído para as aulas de português na modalidade de Educação de Jovens e Adultos (EJA) por todo Brasil. Em 2011, mais especificamente a partir de 12 de maio, várias notícias, debates e artigos foram veiculados pela mídia acerca de um trecho de uma das páginas do primeiro capítulo intitulado *Escrever é diferente de falar*, que tratava do que se denomina nas ciências da linguagem de variação linguística. O livro seguia as diretrizes dos Parâmetros Curriculares Nacionais, documento escrito desde 1997, além de ser abonada pelo Ministério da Educação (MEC). Escrito pela professora Heloísa Helena, a ideia era mostrar que mesmo construções sintáticas como *os livro* ou *nós pega* têm uma gramática intuitiva, que, embora diferente da gramática normativa, constitui um sistema regrado e introjetado por um vasto grupo social. Além disso, o livro também comentava que a forma de falar é diferente da forma de escrever, bem como há diferentes níveis tanto de fala, quanto de escrita, ou seja, falar e escrever ao Presidente da República é diferente de falar e escrever aos amigos.

A defesa que foi feita desse livro decorre de um equívoco. Estão confundindo um problema de ordem pedagógica, que diz respeito às escolas, com uma velha discussão teórica da sociolinguística, que reconhece e valoriza o linguajar popular. Esse é um terreno pantanoso. Ninguém de bom-senso discorda de que a expressão popular tem validade como forma de comunicação. Só que é preciso que se reconheça que a língua culta reúne infinitamente mais qualidades e valores. Ela é a única que consegue produzir e traduzir os pensamentos que circulam no mundo da filosofia, da literatura, das artes e das ciências. A linguagem popular a que alguns colegas meus se referem, por sua vez, não apresenta vocabulário nem tampouco estatura gramatical que permitam desenvolver ideias de maior complexidade - tão caras a uma sociedade que almeja evoluir. Por isso, é óbvio que não cabe às escolas ensiná-la (*Em defesa da gramática*, VEJA, nº 2109, 01 jun. 2011, p. 21).

Percebe-se que, para Bechara, a língua culta reúne qualidades e valores em si, sendo por isso a única capaz de produzir e traduzir determinada sofisticação de pensamento. Outra matéria, *Todo mundo fala assim* (VEJA, nº 1710, 25 de jul. 2001), tem como subtítulo “vem aí uma gramática *anistiando* os principais *desvios* da linguagem oral. Mas atenção: o português continua a *merecer respeito*” (p. 70. Grifos Nosso). O objetivo do texto é falar sobre o lançamento da *Gramática do Português Culto falando no Brasil*, obra do projeto NURC. O que nos interessa no texto é que essa obra, a saber, a gramática do projeto NURC, “anistia” os “desvios” que foram feitos da língua tida como exemplar. Ainda na matéria, Bechara comenta:

Desde a Antiguidade, a gramática foi sempre o registro dos fatos da língua observado no uso das pessoas, principalmente daquelas que podiam servir de modelo. O trabalho vem ratificar uma realidade já antes intuída e até trabalhada pelos estudiosos do passado. A verdadeira e saudável educação da competência linguística é colocar ao alcance das pessoas o maior número de informações para o uso do idioma. Repito sempre que a educação linguística tem de fazer de cada pessoa um poliglota em sua própria língua (*Todo mundo fala assim*, VEJA, nº 1710, 25 de jul. 2001, p. 71).

Nessa fala – sensivelmente diferente da sua entrevista nas páginas amareladas da mesma publicação – o gramático afirma qual a função da gramática desde a antiguidade: registrar os fatos concretos da língua observados no dia a dia, ou seja, a realidade de como a língua é. Para o autor, o objetivo da competência linguística e de uma educação saudável é fazer com que o aluno seja um “poliglota em sua própria língua”, isto é, tenha a competência de falar “várias línguas” dentro da mesma língua, tendo na escola a ferramenta que colocaria a disposição dele o maior número de informações possíveis a fim de que ele possa fazer o uso que convém.

No entanto, em seguida, a fala do professor Bechara é ressignificada: “numa tradução livre, o professor Bechara diz que não há nenhuma novidade no trabalho sobre a língua oral e que o melhor ensino do português continua sendo o tradicional” (p. 71).

Há assim uma tensão entre como a língua é falada e a língua exemplar, que continua sendo o melhor modelo para a sala de aula. Na reportagem *Falar e escrever, eis a questão* (VEJA, nº 1725, 07 nov. 2001), a publicação cita dificuldades que o brasileiro tem com a língua. Elas seriam de duas ordens: (a) gramática normativa e (b) clareza na escrita. Um Box da matéria *Riqueza da Língua* (VEJA, nº 2025, 12 set. 2007) aponta os “Pecados da língua” (Figura 3), ou seja, formas de falar que comprometem “a vida social e as pretensões profissionais” (p. 91).

A imagem da “língua exemplar” é uma das mais presentes em *Veja*. Em termos de língua, há um padrão na qual as pessoas estão procurando seguir, melhorar, falar o mais próximo possível do modelo. Há também “pecados” e “erros”, que agrediriam a “natureza da língua”, tendo que ser, por isso, descartadas.

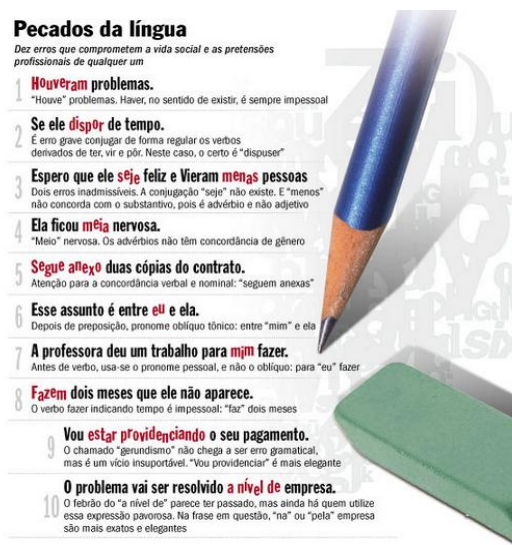


Figura 3.

Fonte: Revista Veja, 2007, nº. 2025.

(b) Língua e os Olimpianos

A “língua modelar” é apresentado como objeto de dominação dos olímpianos e oferecido aos mortais – mesmo sendo algo inatingível. A “língua padrão” pode ser vista e aprendida com personalidades que se tornaram pública, que assumiram o *status* de celebridades na sociedade moderna e que, por isso, habitam o imaginário das “pessoas comuns”.

Essas vedetes da grande imprensa, para Morin (2005), são os olímpianos modernos trazidos pelos meios de comunicação. “A informação transforma esses olímpicos em vedetes da

atualidade. Ela eleva à dignidade de acontecimentos históricos acontecimentos destituídos de qualquer significação política” (MORIN, 2005, p. 105).

De acordo com Morin (2005), o novo Olimpo é mais original, humanizado, composto por estrelas de carne e osso, em comparação com o Olimpo grego. A vida desses olímpianos não está apenas “lá em cima”, mas participa da vida dos mortais, sendo modelos imitáveis, com uma dupla natureza: são sobre-humanos no papel em que encarnam, com vários aspectos mitológicos; ao mesmo tempo, são “meros” humanos, o que permite uma melhor identificação com o público. “Os olímpianos, por meio de sua dupla natureza, divina e humana, efetuam a circulação permanente entre o mundo da projeção e o mundo da identificação” (MORIN, 2005, p. 107).

Em termos de língua, os grandes escritores e os “professores de português” presentes nos meios de comunicação seriam os Olímpianos, projetando no cotidiano a forma de falar “correta”, “elegante”, “clara”, servindo assim de parâmetro para os mortais. A tensão existente se dá porque que os mortais não falam a “língua exemplar”, “correta”, “elegante” de forma que é dado a eles algo que eles não podem realizar; todavia, ao mesmo tempo, esses sobre-humanos chamam os mortais para realizar esse imaginário da língua “perfeita”.

A natureza dupla desses olímpianos permite uma interação com o público de forma constante: sua natureza divina os coloca acima das “pessoas comuns”, disponibilizando ao público uma língua que seria “exemplar” e “inatingível”; ao mesmo tempo, a natureza humana deles, os coloca como “heróis modelos” que disponibilizam aos mortais um modelo, chamando-os para concretizar esse imaginário.

Em Veja, o prof. Pasquale Cipro Neto é um desses olímpianos, que disponibiliza as pessoas uma língua perfeita. Seus status como celebridade provêm de suas habilidades com a linguagem e de sua capacidade de ser um fenômeno midiático e vender publicações sobre o tema. O professor aparece na maioria das matérias da revista em que trata sobre a linguagem. Uma das matérias aponta como Pasquale conseguiu chegar ao “topo” através dos seguintes números:

Roberto Carlos, Romário, Silvio Santos, Vera Fischer, Carla Perez. Os famosos no Brasil em geral jogam futebol, atuam na televisão ou cantam música popular. O professor paulista Pasquale Cipro Neto, de 46 anos, tornou-se um nome nacional de uma forma bem diferente: ensinando português. Há duas semanas ele estreou um quadro no *Fantástico*, da Rede Globo. Já na estreia, E Agora, Professor? (esse é o nome do quadro) recebeu uma enxurrada de e-mails de telespectadores – cerca de 300 –, que queriam tirar dúvidas sobre o uso do idioma. Pasquale é um fenômeno de mídia. Além de levantar a audiência na TV, ele ajuda a vender publicações. Quando produziu um encarte com exercícios de português para *O Globo*, provocou

um aumento de 40% na circulação dominical do jornal carioca. Republicada mais tarde na revista *Época*, pertencente à mesma empresa, a série fez com que a vendagem em bancas do semanário quase dobrasse. Pasquale também é um sucesso no rádio, em livros, em palestras e em CD-ROM (*Falar e escrever, eis a questão*, VEJA, nº 1725, 07 nov. 2001).

Pasquale, para Veja, é um fenômeno, que disponibiliza ao público algo que angustia a maioria das pessoas, a saber, o não domínio da “língua exemplar”. Além de descrever as qualidades que fizeram do professor uma “estrela”, a revista trouxe, na mesma matéria, um Box ilustrativo a fim de mostrar sua popularidade para com o público (Figura 4).

Pasquale é assim um ser mitológico, ocupante de uma camada olimpiana dos que fizeram grande sucesso, acima dos “mortais”, mas ao mesmo tempo é um humano, ocupando uma função “normal”, a de professor de português, que é algo próxima de qualquer um dos “mortais”. Mas ele não é o único: o prof. Reinaldo Polito é outro que vem sendo procurado por executivos e jovens em início de carreira que “querem aprender a se expressar de forma clara e simples” (p. 109). Como afirma a revista:

Ele [Pasquale] não é o único que ficou conhecido nacionalmente por ensinar os brasileiros a falar e escrever melhor. Dono de uma escola de expressão oral, o economista Reinaldo Polito também faz um sucesso impressionante. Tem 1 600 alunos por ano, já vendeu mais de 570 000 livros e suas palestras estão cotadas em 9 500 reais (*Falar e escrever, eis a questão*, VEJA, nº 1725, 07 nov. 2001).

A matéria também traz um Box com “As Proezas de Polito”: geralmente associadas a números ou que, de alguma forma, mostre ao público sua ligação com o Olimpo: “tem vários *alunos famosos*, entre eles o senador Eduardo Suplicy” (Grifos Nosso). Uma característica dos “olimpianos linguísticos” é que eles são autores de Best-seller, bem requisitados e procurados, tendo suas palestras constantemente procuradas pelas pessoas. Geralmente, aparecem nos meios de comunicação, são solicitados para dar entrevistas sobre “o uso exemplar da língua” e, quando se fala sobre o assunto, nossa mente geralmente recorre a eles.

O que fez eles chegarem ao almejado “topo” do Olimpo foi seu trabalho de “professores de português”, de ensinar a “língua exemplar” e de conseguirem passar para os “mortais” essa habilidade de forma fácil e simples.

Em *Riqueza da Língua* (VEJA, nº 2025, 12 set. 2007), há durante o texto várias imagens de escritores, gramáticos e músicos proeminentes “na língua”, isto é, de alguma forma são conhecidos pelo domínio da “língua exemplar”. Evanildo Bechara, autor de uma das melhores gramáticas de língua portuguesa da atualidade e membro da Academia Brasileira de Letras; Lya Luft, escritora e colunista da revista Veja; João Ubaldo Ribeiro,

escritor do conhecido *Viva o povo Brasileiro*; Tony Belloto, músico da banda Titãs, autor de *Bellini e a esfinge*, além de apresentador do programa *Afinando a língua*; e Pasquale Cipro Neto.

Todos eles estão presentes em vários Boxes distribuídos por toda reportagem, comentando a questão da mudança e da unificação no acordo ortográfico de 2007.



Figura 4.

Fonte: Revista Veja, 2001, nº. 1725.

(c) Língua, Heróis e Vilões

Os heróis são figuras arquetípicas que reúnem determinados atributos responsáveis por superar, de forma excepcional, um problema de dimensão épica. Geralmente, ele se apresenta numa situação de guerra, conflito, competição, onde uma problemática lhe é imposta por uma situação adversa e ele precisará de um esforço extraordinário a fim de realizar um feito heroico.

Para Campbell (1993), o herói é aquele que consegue vencer suas limitações históricas, pessoais e locais, conquistando assim seus objetivos. As fontes, aspirações e ideias dessas pessoas provêm do pensamento humano. Lutando com os obstáculos ou com os rivais, ele vence, recebendo assim um reconhecimento que o leva a glória. Depois, volta de sua jornada e ensina aos outros a nova lição que aprendeu.

Quem seriam os heróis em *Veja*? Seriam as pessoas que aprenderam a “dominar” a “língua exemplar”. Durante as matérias, vários personagens aparecem como heróis que conseguiram vencer tal façanha: são eles empresários e pessoas bem sucedidas que, ao passar por alguma dificuldade, conseguiram superá-las, sendo assim são mostradas como exemplos a serem seguidos, passando para o leitor as lições que aprenderam com a jornada.

Na matéria *Riqueza da Língua* (VEJA, nº 2025, 12 set. 2007), há uma associação entre engenheiros, médicos, economistas, contabilistas e administradores que dominaram o idioma, ou seja, falam e escrevem “certo”, com “lógica” e “riqueza” vocabular, ao mesmo tempo em que possuem mais chances de chegar ao topo profissional no mundo dos negócios. Um Box presente na página 88 afirma:

Ascensão pelo vocabulário. O bom uso da língua influi na carreira. Um estudo feito em 39 empresas americanas mostrou que a chance de ascensão profissional está diretamente ligada ao vocabulário que a pessoa domina. Quanto maior seu repertório, mais competência e segurança ela terá para absorver novas ideias e falar em público (*Riqueza da Língua*, VEJA, nº 2025, 12 set. 2007, p. 88).

A Figura 5 mostra uma pirâmide que faz uma correlação entre o número de palavras que um profissional sabe e seu cargo dentro de uma empresa, ou seja, o executivo é alguém que conhece 50 mil palavras ou mais, enquanto o chefe de setor domina até 5 mil palavras. A matéria afirma:

Nas grandes corporações, os testes de admissão concedem à competência linguística dos candidatos, muitas vezes, o mesmo peso dado à aptidão para trabalhar em grupo ou ao conhecimento de matemática. Diversas pesquisas estabelecem correlações entre tamanho de vocabulário e habilidade de comunicação, de um lado, e ascensão profissional e ganhos salariais, de outro (*Riqueza da Língua*, VEJA, nº 2025, 12 set. 2007, p. 89).

Qual o obstáculo que é preciso enfrentar? O domínio do idioma – no caso, a norma culta da língua portuguesa. Toda a matéria enfatiza o que ao falar a língua exemplar, o herói consegue visar uma melhor oportunidade de emprego. Afinal, para a revista, “a diferença entre um *sucesso* e um *vexame* pode ser determinada por uma *simples crase mal utilizada*” (*Riqueza da Língua*, VEJA, nº 2025, 12 set. 2007, p. 89. Grifos Nosso). Assim, é o “saber” que alguém tem da gramática normativa o que pode fazer alguém alcançar o sucesso ou não.

Mas Veja não apenas cita exemplos abstratos: há pessoas concretas, que reiteram durante as matérias a necessidade de ultrapassar as dificuldades impostas pelo domínio do idioma. O teste de escrita é uma dessas barreiras. A necessidade de, cada vez mais, “dominar” a língua exemplar, é outra – principalmente no contexto que a revista fala, a saber, o público que precisará (ou precisa) vencer a “barreira” da “língua exemplar” a fim de conseguir um melhor emprego, subir de função ou almejar uma melhor oportunidade na carreira.

‘O domínio da língua é importantíssimo para qualquer profissional, tanto que, na hora de admitir novos funcionários, costumamos fazer um teste de expressão escrita’, informa Carlos Faccina, diretor de recursos humanos da

Nestlé. José Paulo Moreira de Oliveira, especialista em português ligado à empresa de consultoria MVC, estima que, em carreiras nas quais a internet é ferramenta de trabalho, os profissionais despendam 25% de seu dia atualizando a correspondência eletrônica (*Falar e escrever, eis a questão*, VEJA, nº 1725, 07 nov. 2001).

Já o vilão é o antagonista do herói, isto é, ele se opõe ao personagem heroico em determinados contextos. Eles representam uma oposição na qual o herói precisa lutar e vencer. Geralmente, mas nem sempre, ele se caracteriza como um oposto a algum tipo de virtude, sendo o arquetípico negativo das qualidades positivas que possui o herói.



Figura 5.
Fonte: Revista Veja, 2007, nº. 2025.

Em *Veja*, qual seria o vilão que faria oposição à língua exemplar? Os “relativistas”, os “talibãs da linguística no Brasil”, os “adversários do bom português”. Eles se opõem a noção de “certo” e “errado”, “acerto” e “erro”, “norma padrão” e “linguagem popular”. Além disso, fazem críticas aos olímpicos e aos heróis. Creem que a gramática normativa presta um desserviço à língua. Como afirma a descrição de *Veja*:

Pasquale conhece bem as carências nessa área. Ele percorre o Brasil para dar palestras. Transformou-se em estrela de magnitude nacional depois de atuar em comerciais da rede de lanchonetes McDonald's, em 1997. Pasquale, no entanto, não é uma unanimidade. Esteja em São Paulo, Macapá ou Passo Fundo, inevitavelmente ouve críticas. *Elas ecoam o pensamento de uma certa corrente relativista, que acha que os gramáticos preocupados com as regras da norma culta prestam um desserviço à língua. De acordo com essa tendência, o certo e o errado em português não são conceitos absolutos.*

Quem aponta incorreções na fala popular estaria, na verdade, solapando a inventividade e a autoestima das classes menos abastadas. Isso configuraria uma postura elitista. Trata-se de um raciocínio torto, baseado num esquerdismo de meia-pataca, que idealiza tudo o que é popular – inclusive a ignorância, como se ela fosse atributo, e não problema, do ‘povo’. *O que esses acadêmicos preconizam é que os ignorantes continuem a sê-lo. Que percam oportunidades de emprego e a consequente chance de subir na vida por falar errado.* ‘Ninguém defende que o sujeito comece a usar o português castiço para discutir futebol com os amigos no bar’, irrita-se Pasquale. ‘Falar bem significa ser poliglota dentro da própria língua. Saber utilizar o registro apropriado em qualquer situação. *É preciso dar a todos a chance de conhecer a norma culta, pois é ela que vai contar nas situações decisivas, como uma entrevista para um novo trabalho.*’. Felizmente, a maior parte das pessoas não está nem aí para a conversa mole dos relativistas. Quer saber, isso sim, de falar e escrever direito (*Falar e escrever, eis a questão*, VEJA, nº 1725, 07 nov. 2001, p. 122).

Como é possível perceber, os vilões são antagonistas, impedem que as pessoas vençam o obstáculo que lhes é imposto. Os vilões, aqui, não fazem oposição física, mas ideológica, idealizando a “ignorância” com um “esquerdismo de meia pataca”.

Em outra matéria (*Os adversários do bom português*, VEJA, ed. 2218, 25 mai 2011), dentro do contexto do livro didático “Por uma vida melhor”, tem no subtítulo: “Doutrinar crianças com a tese absurda de que não existe certo ou errado no uso da língua é afastá-las do que elas mais precisam para ascender na vida” (p. 86).

Aqui, há várias escolhas lexicais de conotação negativa, a começar pelo título, feitas pela publicação a fim de se referir aos vilões – que nesse caso os defensores da obra. Durante todo o texto, fica evidente uma dicotomia entre as “pessoas do bem”, que no caso seriam os defensores da língua exemplar, e os “talibãs da linguística no Brasil” (p. 87), que reconhecem a variação linguística.

Mesmo com a reportagem escrita em duas páginas, a adjetivação aos vilões é extensa: “adversários”, “doutrinar”, “tese absurda”, “falsos intelectuais”, “erro crasso”, “desserviço”, “ignorância”, “obscurantistas”, “tolice”, visão mesquinha”, “desvarios”, “destruição impune de todo bem cultural”, “madraçal da ortodoxia”, “estupidez”, “escândalo planetário”, “preguiça mental”, “doutores do atraso”, “crime”, “espantoso”, “talibã da linguística no Brasil”, “apologia do erro” (p. 86-87).

(d) Língua e Paraíso

O paraíso é um lugar de prosperidade, paz e harmonia no qual se “existe” de forma positiva, isto é, de modo que, no dia a dia, haja tranquilidade e alegria. Em quase todas as culturas, esse paraíso foi perdido, ou seja, os humanos foram expulsos de alguma forma

(ARMSTRONG, 2011), por algum ato feito. A vida “real” é fragmentada, dura, pesada, mas não é, ou não deveria ser assim – ou ainda, não foi sempre assim. Houve uma época, ou há um lugar (ou ainda haverá) de plenitude, sem velhice, tristeza, dor, morte, solidão e luto.

Esse desejo em alcançar o paraíso reflete o desejo “de superar de maneira natural a condição humana e recobrar a condição divina ou, como diria um cristão, a condição anterior à queda” (ELIADE, 1998, p. 309). Esse desejo do *homo* é de alguma forma satisfeita, ou melhor, o humano procura entrar em contato com esse outro mundo, com essa outra dimensão, seja procurando através de pistas provindas com uma hierofania, seja aplicando, no mundo, os cânones cosmológicos e geomânticos a fim de chegar no “espaço sagrado” (ELIADE, 1998). Há, de um lado, um desejo de, sem esforço, se encontrar no paraíso; e por outro lado, como isso não é possível, há um mérito em tentar penetrá-lo.

O arquétipo do paraíso ganha vários nomes, seja Éden, Céu, Jardim Persa, Nova Jerusalém, Mundo Espiritual, Firdous, etc. Como já vimos, o arquétipo é perene, mas seu preenchimento mutável. No nosso caso, o paraíso tem haver com o imaginário do público leitor. Em *Veja*, o arquetípico do paraíso se manifesta em ganhos profissionais.

Por isso, quando o assunto é língua, um dos temas mais tratados pela publicação é a que faz uma correlação entre linguagem e ascensão social, ou seja, a linguagem interessa ao leitor na medida em que pode ser utilizada como instrumento de sucesso profissional, como uma ferramenta para conseguir um melhor emprego ou um melhor cargo. Dominar a “língua exemplar” ou aprender outra língua – como o inglês – é um instrumento para melhor se preparar para o mercado de trabalho. É interessante que das matérias que *Veja* publicou sobre a linguagem, quatro ganharam capa. Dessas, três seguiram esse viés.

Riqueza da Língua (VEJA, nº 2025, 12 set. 2007, p. 88) foi uma das reportagens de capa da publicação (Figura 7). A manchete da capa diz: “Falar e escrever certo” abaixo da letra “A”. A lateral dela forma uma escada, onde vemos a imagem de uma mulher subindo os degraus, vestida com roupa típica de uma executiva, com uma pasta na mão e a cabeça erguida. A ilustração de fundo remete ao céu²⁶.

Na matéria, o subtítulo diz: “ferramenta fundamental na carreira e no *crescimento pessoal*, o português pode ser transformado por um acordo ortográfico. Mas essa não é a única revolução por que a língua está passando” (p. 88. Grifos Nosso). Todo texto busca perceber a associação que pode existir para o leitor entre o novo acordo ortográfico e as “implicações profundas de ordem técnica e comercial” (p. 88) que essa mudança pode trazer. De acordo

²⁶ Os três subtítulos presentes ao lado da letra “A” dizem: “Como o domínio da língua impulsiona a carreira”/ “Os 10 erros de português que arruinam suas chances”/ “A ansiedade com a nova reforma ortográfica”.

com a publicação, “dominar a norma culta de um idioma é plataforma mínima de sucesso para profissionais de todas as áreas” (p. 88).



Figura 6.

Fonte: Revista Veja, 2007, nº. 2025.

É importante desatacar que essa abordagem adotada por *Veja* segue a tendência já vista acima em outras matérias, a saber, a revista semanal, em consonância com o imaginário neoliberal, traz a noção de que o que dominar a língua exemplar, ou o que a revista chama de “bom uso da língua”, está ligado ao sucesso profissional ou a uma melhor condição de trabalho, fazendo com que o indivíduo alcance esse patamar através do seu esforço próprio – que no caso consiste no “domínio perfeito da tradicional norma culta do português” (p. 89). Na mesma matéria, a reportagem afirma que há um mercado de idiomas, isto é, pode-se aferir o peso econômico de uma língua a partir de sua capacidade de incentivar intercâmbios econômicos.

A internet é, além de tudo, um campo essencial na disputa pelo mercado dos idiomas. O estudo da economia da língua é um campo promissor. A Fundação Telefônica, da Espanha, está promovendo um projeto de pesquisa que deve durar quatro anos e pretende aferir o peso econômico do idioma espanhol no mundo. ‘O valor de uma língua se relaciona com sua capacidade de incentivar os intercâmbios econômicos’, explica o economista José Luis García Delgado, coordenador do projeto. Embora não seja possível atribuir uma cifra monetária a uma língua, faz pleno sentido falar no valor relativo que ela tem na comparação com outras línguas. O número total de falantes nativos é um fator essencial. O espanhol tem cerca de 450 milhões, patamar semelhante ao do inglês (o português fica em torno de 250 milhões). O inglês, porém, domina a internet: de acordo com o Internet World Stats, site que concentra números mundiais sobre a rede, 30% dos usuários da rede são falantes nativos do idioma de Shakespeare, contra 9% de usuários da língua de Cervantes. Mais importante, o inglês é forte como segunda língua. O

British Council estima que pelo menos 1 bilhão de pessoas estão estudando inglês hoje no mundo [...]. O acordo ortográfico tem a intenção manifesta de incrementar o ‘valor de mercado’ do português (*Riqueza da Língua*, VEJA, nº 2025, 12 set. 2007, p. 89).

Em *Nós falamos mal, mas você pode fazer melhor* (VEJA, nº 2177, 11 ago. 2010), há uma ilustração sobre possíveis “deslizes” da língua que podem comprometer uma pessoa em termos profissionais. O título da imagem é “10 erros de português que acabam com qualquer entrevista de emprego” (Figura 8). O paraíso está ligado a um melhor emprego, a ascensão social, a uma promoção de cargo. Tudo isso decorrente do mérito que alguém pode ter em, com muito esforço, conseguir apreender a “língua exemplar”, ou melhor, o mérito é a razão principal ou a porta de entrada para alguém conseguir alcançar o topo. É possível perceber essa correlação feita pela revista em vários textos.



Figura 7.

Fonte: Revista Veja, 2010, nº. 2177.

De acordo com Evanildo Bechara, na entrevista concedida as páginas amarelas da revista (*Em defesa da gramática*, VEJA, nº 2109, 01 jun. 2011), há uma correlação entre o aprendizado da gramática normativa e a ascensão social. Quando perguntado sobre qual é o papel da norma culta de uma língua, o gramático responde:

Não resta dúvida de que ela é um componente determinante da ascensão social. Qualquer pessoa dotada de mínima inteligência sabe que precisa aprender a norma culta para almejar melhores oportunidades. Privar cidadãos disso é o mesmo que lhes negar a chance de progredir na vida. (*Em defesa da gramática*, VEJA, nº 2109, 01 jun. 2011, p. 24)

Em seguida, ao ser questionado sobre como o domínio disseminado da norma culta pode contribuir para o avanço do país, Bechara responde:

Antes de tudo, formando cidadãos mais capacitados para preencher vagas que demandem alta qualificação, algo crucial para a economia. Ao questionar a necessidade do estudo da gramática nas escolas do país, linguistas como Marcos Bagno e tantos outros estão nivelando por baixo o ensino do português. Acabam reduzindo com isso as chances de milhões de estudantes aprenderem a se expressar com correção e clareza, tanto na escrita quanto na fala. A história reforça a importância disso. Ela é farta em exemplos de como uma oratória eficaz, por exemplo, pode catapultar carreiras (*Em defesa da gramática*, VEJA, nº 2109, 01 jun. 2011, p. 24).

Nos dois trechos é possível perceber que, para o gramático, há uma correlação entre “norma culta” e ascensão social, ao ponto em que os cidadãos que não “sabem” a gramática normativa são menos capacitados para preencher vagas de alta qualificação. O gramático cita Bagno – linguista conhecido no Brasil pelos livros descritos acima. Para Bechara, ao Bagno nivelar o ensino do português por baixo²⁷, ele está reduzindo as chances de milhares de estudantes de aprenderem a se expressar com clareza e correção – o que, no contexto, reduziria suas chances profissionais.

Sobre a fala de Lula – de acordo com a pergunta, “cheios de erro de português – Bechara ainda afirma que “Para conquistar um bom lugar no mercado de trabalho, o pré-requisito principal é que elas não saiam por aí dizendo ‘Nós pega o peixe’, versão ensinada no livro distribuído às escolas pelo Ministério da Educação” (*Em defesa da gramática*, VEJA, nº 2109, 01 jun. 2011, p. 25). Em *Os adversários do bom português* (VEJA, nº 2108, 25 mai. 2011), o texto começa com a seguinte descrição:

Em um mundo em que o sucesso na vida profissional depende cada vez mais do rigor intelectual e do conhecimento, causa perplexidade a bandeira que vem sendo empunhada em escolas públicas e particulares brasileiras por uma corrente de professores de linguística. Eles defendem a ideia de que não existe certo ou errado na língua portuguesa, mas que a norma culta, ancorada na gramática, é só mais uma entre as várias maneiras de expressar-se (*Os adversários do bom português*, VEJA, nº 2108, 25 mai. 2011, p. 86).

Depois de comentar sobre a polêmica do livro, no final do texto, Veja afirma:

E espantoso que as crianças brasileiras estejam sendo expostas a esse tipo de lixo acadêmico travestido de vanguarda cultural, quando deveriam estar aprendendo as disciplinas obrigatórias e acumulando o conhecimento e as habilidades que as tornarão capazes de enfrentar com sucesso os desafios do mundo real. O crime apontado pela procuradora Janice Ascari ocorre em um

²⁷ Esse é um simulacro sobre a posição dos linguistas, mas esse tipo de análise não é nosso objetivo aqui. Para mais informações, veja Possenti (2009a) e Bagno (2009).

país em que, ao final do ciclo escolar, 62% dos estudantes são incapazes de interpretar textos, onde 1 milhão de vagas abertas pelas empresas brasileiras não podem ser preenchidas por falta de gente qualificada (*Os adversários do bom português*, VEJA, nº 2108, 25 mai. 2011, p. 87).

Como é possível perceber, os dois trechos da matéria fazem a mesma correlação, a saber, dominar a “norma culta” da língua é instrumento de ascensão social; o contrário disso, ou seja, o não domínio da norma culta pode tornar os estudantes incapazes de enfrentar com sucesso “os desafios do mundo real”.

A matéria *O poder da palavra* (VEJA, nº 1715, 29 ago. 2001) ganhou capa ao trazer uma repostagem sobre o dicionário *Houaiss* (Figura 9). O texto conta a história de como a obra foi produzida, quais as pessoas envolvidas no projeto, bem como a expansão do número de vocábulos da língua portuguesa.

Na capa, uma língua traz em sua ponta o dicionário, num trocadilho com o título que aparece em branco: “na ponta da língua”. O subtítulo diz: “chega às livrarias o dicionário *Houaiss* para brigar com o *Aurélio*, que já vendeu 45 milhões de cópias em quase trinta anos de vida”²⁸. O subtítulo diz: “com 3 008 páginas e 228 500 verbetes que consumiram dez anos de trabalho, surge o dicionário *Houaiss*, uma prova da força da língua portuguesa” (*O poder da palavra*, VEJA, nº 1715, 29 ago. 2001, p. 114). No texto, é dito o seguinte:

Conhecer um número maior de palavras, porém, é sempre uma vantagem. Mesmo que seja apenas uma vantagem potencial. Uma pesquisa da Harvard Business School mostrou que, para galgar um nível hierárquico nas empresas americanas, o funcionário é obrigado a enriquecer seu vocabulário em pelo menos 10% *O poder da palavra*, VEJA, nº 1715, 29 ago. 2001, p. 122).



Figura 8.

Fonte: Revista Veja, 2001, nº. 1715.

²⁸ Chamadas na Capa da revista, abaixo do subtítulo: “O *Houaiss* tem 68.000 verbetes a mais que o *Aurélio* e é um dos três mais completos do mundo” / “A saga da equipe de 140 estudiosos que fez o *Houaiss* em dez anos de trabalho” / “Tem 27 séculos a paixão humana por colecionar palavras. O fascínio dos dicionários não pára de crescer” / “Quem foi Antônio Houaiss, idealizador do projeto, considerado o maior estudioso das palavras da língua portuguesa”.

Percebe-se mais uma vez a correlação entre domínio da língua exemplar e crescimento profissional. No subtítulo da capa, é enfatizado o valor comercial que a obra possui. *Para soltar a língua* (VEJA, nº 2284, 29 ago. 2012) foi outra matéria sobre a linguagem que ganhou capa (Figura 10). Lá, o título diz “Solte seu inglês” e o subtítulo “dá para aprender depois de adulto, melhorar no trabalho e passar menos aperto”. No lugar da língua portuguesa, a revista adota o inglês como ferramenta para tentar alavancar a carreira e melhorar de vida (p. 87). O subtítulo da reportagem afirma “aprender inglês depois de adulto dá um pouco mais de trabalho, mas a sensação de vitória é maior ainda. E deixar de passar vexame não tem preço” (p. 86).



Figura 9.

Fonte: Revista Veja, 2012, nº. 2284.

Ao comentar sobre as escolas públicas e particulares que não garantem que os alunos saiam fluentes no idioma, a revista comenta a tentativa dos pais de procurar uma alternativa para os filhos: “nem todos eles garantem a fluência plena e, cientes de que não saber inglês equivale a uma sentença de imobilidade profissional, muitos pais se sacrificam para mandá-los ao exterior para fazer intercâmbio ou estudar idioma *in loco*” (p. 87). Em seguida, a revista faz um comentário sobre o ensino do espanhol nas escolas públicas:

A língua franca das elites ilustradas ou endinheiradas continuou a ser o francês, mesmo bem depois de seu apogeu: os educacionalmente menos privilegiados demoraram a se dar conta do maior de todos os incentivos, o autointeresse em aprender inglês para melhorar no trabalho e nos negócios. Nem se fala da impotência, indiferença ou até hostilidade das autoridades responsáveis pelo ensino público, que a certa altura inventaram que o ensino do espanhol seria alternativa ao inglês. Saber espanhol é desejável, louvável

e útil (isso se acreditarmos que o idioma é realmente ensinado). Mas prestar serviços a um indonésio, fechar um contrato com um indiano ou hospedar um sueco são atividades possíveis apenas em inglês, e assim continuará sendo por muito tempo (*Para soltar a língua*, VEJA, nº 2284, 29 ago. 2012, p. 88).

No trecho, alguns pontos chamam atenção: (a) Veja percebe que o valor do ensino de uma língua está ligado a um possível desempenho profissional, ou seja, o inglês vale a pena ser ensinado na medida em que é útil para se qualificar no trabalho e nos negócios; (b) ao mesmo tempo, o ensino do espanhol tem seus pontos positivos – “desejável, louvável e útil” – mas deve ser preterido porque determinadas transações do mundo dos negócios só é possível em inglês.

Durante todo o texto, é citado exemplos de cursos de inglês voltados para profissionais que já se encontram inseridos no mercado ou softwares desenvolvidos especificamente para que o estudante adulto aprenda o novo idioma, com aulas específicas voltada para sua profissão. A matéria prossegue afirmando que

Quem fala inglês bem pode ganhar de 30% a 50% a mais do que quem tem qualificações equivalentes, mas não o domínio do idioma. Entre as empresas internacionais, 70% procuram funcionários que falem inglês. Os próprios profissionais fazem uma avaliação mais rigorosa ainda: 92% acham que o inglês importa para a carreira (*Para soltar a língua*, VEJA, nº 2284, 29 ago. 2012, p. 90).

Outro texto segue a mesma lógica: *Yes, nós somos bilíngues* (VEJA, nº 2022, 22 ago. 2007). A reportagem fala sobre o fato de vários pais matricularem seus filhos em escolas bilíngues, o que se justificaria, de acordo com a revista, “pela crescente inserção da economia brasileira no mundo globalizado” (p. 101). Uma das mães que fez essa opção comenta: “sei que com inglês perfeito meus filhos estarão mais preparados para concorrer a um bom emprego no futuro” (p. 101).

Outra matéria que segue a mesma lógica tem por título *A corrida pelo domínio da língua* (VEJA, nº 2102, 4 mar. 2009) e subtítulo “nada destrói um currículo como a expressão ‘inglês básico’. Hoje, os bons empregos exigem fluência em idiomas estrangeiros” (p. 97).

Na maioria das profissões, o domínio de um idioma estrangeiro sempre contou pontos no currículo. Antigamente, nas empresas, eram poucos os funcionários que dispunham dessa vantagem, e a eles recorriam os colegas quando precisavam traduzir uma palavra ou um texto. Esse mundo, evidentemente, ficou para trás. Falar outra língua, principalmente o inglês, tornou-se uma obrigação para quem pretende subir na vida. A novidade é que já não basta falar o idioma. A exigência nos bons empregos, agora, é que se tenha fluência ao usá-lo para conversar (*A corrida pelo domínio da língua*. VEJA, nº 2102, 4 mar. 2009).

O texto cita empresários e professores da área de MBA que falam sobre o porquê de aprender uma nova língua. Os personagens citam alguns motivos do porque é necessário aprender outro idioma: (a) avanço da tecnologia e o ritmo dos negócios que mudaram; (b) aumento da exigência por outro idioma no mercado de trabalho; (c) aumentar a clientela. Todos os motivos ligados ao mundo dos negócios.

Enquanto nas matérias vistas acima, a “norma culta” da língua portuguesa é instrumento de ascensão social por um lado, por outro, o “domínio” da língua inglesa é responsável por melhores postos no mercado de trabalho. Ambas fazem a correlação em todos os textos de que o domínio de um idioma é instrumento de ascensão social e de um bom emprego no mercado de trabalho. A agenda de *Veja* é mobilizada pelo discurso neoliberal da meritocracia. A publicação segue a agenda do seu público leitor, ambas imersas em um dado contexto sócio-histórico que, como se pode perceber, reflete nas matérias descritas.

(e) Língua e Babel

No livro do Gênesis, os homens procuram glorificar-se e fortalecer-se num esforço coletivo, construindo a Torre de Babel. No relato, encontramos: “em toda a terra, havia apenas uma linguagem e uma só maneira de falar” (BÍBLIA. Gênesis 11.1). Literalmente, se fossemos fazer uma tradução direta do hebraico, a humanidade tinha “um só lábio e um só tipo de palavra”. Havia uma única língua entendida por todos, sem dialetos e variações: “um só lábio e um só tipo de palavra”.

A confusão das línguas, ou o *balal*, é uma punição pela arrogância dos homens em construir uma torre que alcançasse o céu, tendo um poder e um lugar semelhante o do próprio Deus. Esse fato deu origem à primeira diversidade das línguas. Antes da confusão das línguas promovidas por Babel, havia uma linguagem adâmica que era falada e compartilhada por todos os povos.

Em Babel, as línguas são confundidas e as pessoas são dispersas e espalhadas por toda a terra. Em *Veja*, Babel se manifesta de três formas: (a) quando se ressalta a diversidade das línguas em suas matérias, (b) quando é mostrado a confusões advindas do não uso da “língua exemplar” e (c) o desaparecimento das línguas, ou melhor, a inversão de babel.

Em *Falar e escrever, eis a questão* (VEJA, nº 1725, 07 nov. 2001), *Veja* faz uma discussão sobre como a “linguagem bacharelesca”, expressão de Sérgio Buarque de Holanda sobre uma forma de falar que floresceu no começo do séc. XX, a partir do modernismo e que era própria da forma de falar dos advogados, vem sendo deixada cada vez mais de lado.

Isso porque, ela era caracterizada por ser pomposa, empolada, cheia de floreios, rebuscada. Para a revista, há textos que são uma verdadeira “maldição” (p. 112) do ponto de vista do entendimento e da clareza. Há um boxe com o título “a maldição da falta de clareza” (Figura 11), em que são mostrados laudos, pareceres e relatórios escritos de forma incompreensível. Essa não compreensão pode acarretar vários problemas. Na matéria, é citado um personagem que afirma:

‘Fizemos uma pesquisa e descobrimos que conhecer melhor as regras do idioma era uma demanda de todos os níveis hierárquicos’, diz Josué Vieira da Costa, da área de recursos humanos do Banrisul, banco estatal gaúcho que contratou os serviços do CPP. Costa lembra que as dificuldades com o português chegaram a entrar a burocracia do banco. ‘Uma vez, um funcionário quase foi promovido erroneamente por causa do parecer dúbio de um executivo. É incrível que esse tipo de coisa atrapalhe o funcionamento de uma empresa’ *Falar e escrever, eis a questão* (VEJA, nº 1725, 07 nov. 2001, p. 107-108).

A MALDIÇÃO DA FALTA DE CLAREZA

O brasileiro frequentemente depara com laudos, pareceres, relatórios e outros documentos escritos de forma incompreensível. O uso de jargão não é desculpa para a redação obscura. Abaixo, dois exemplos da vida real, um de um médico, outro de um advogado. As sugestões para melhorar são de Maria Elyse Bernd, do Curso Permanente de Português, de Porto Alegre

Texto: laudo médico
Principais problemas: falta de vírgulas, período longo demais, excesso de gerúndios, erro de crase
Sugestão para melhorar: “Houve redução das dimensões do ovário direito. Observando-se a imagem ecogênica arredondada, constata-se que o órgão passou de 3,2 cm por 1,8 cm para 1,7 cm por 1,2 cm. Essa redução pode ser fruto de um adensamento de material hemático nas áreas císticas. O exame constatou vasos sanguíneos somente na periferia, com índices de resistências que variam de 0,47 a 0,57 em algumas áreas detectadas. A critério clínico, sugerimos controle ecográfico após o ciclo menstrual.”

Texto: contrato redigido por um advogado
Principais problemas: prolixidade, redundância, má colocação de vírgulas
Sugestão para melhorar: “As partes ora pactuantes resolvem que o regime de total e absoluta separação de bens se aplicará aos bens que cada cônjuge adquirir, a qualquer título, na constância do casamento, portanto, os bens que o marido adquirir, a qualquer título, na constância do casamento, pertencerão, com exclusividade, a ele, serão de propriedade integral dele, não se comunicarão com os bens da esposa, e os bens que a esposa adquirir, a qualquer título, na constância do casamento, pertencerão, com exclusividade, a ela, serão de propriedade integral dela, não se comunicarão com os bens do marido.”

Figura 11.

Fonte: Revista Veja, 2001, nº. 1725.

Riqueza da Língua (VEJA, nº 2025, 12 set. 2007) fala sobre a globalização do inglês e o número de línguas faladas em todo mundo. O inglês, na matéria, é considerada uma língua mundial, falada por grande parte da população do planeta e considerada a língua franca da globalização – cumprindo assim uma profecia do século XVIII. Ao mesmo tempo, a diversidade linguística de Babel vai desaparecendo. Quanto mais se fala *uma* língua, menos se

fala as línguas, já que a globalização favorece o crescimento das “grandes línguas”, passando por cima dos idiomas das pequenas comunidades. Há, para a matéria, 516 línguas em risco de extinção.

‘O inglês está destinado a ser uma língua mundial em sentido mais amplo do que o latim foi na era passada e o francês é na presente’, dizia o presidente americano John Adams no século XVIII. A profecia se cumpriu: o inglês é hoje a língua franca da globalização. No extremo oposto da economia linguística mundial, estão as línguas de pequenas comunidades declinantes. Calcula-se que hoje se falem de 6.000 a 7.000 línguas no mundo todo. Quase metade delas deve desaparecer nos próximos 100 anos. A última edição do *Ethnologue* – o mais abrangente estudo sobre as línguas mundiais –, de 2005, listava 516 línguas em risco de extinção (*Riqueza da Língua*, VEJA, nº 2025, 12 set. 2007, p. 92-93).

A matéria traz uma entrevista com o linguista David Crystal que diz que, no atual ritmo de extinção, em um século, teremos metade das línguas que são faladas no planeta.

O principal motivo é a assimilação cultural por causa da globalização. O crescimento das grandes línguas do mundo funciona como um trator, esmagando os idiomas que se põem no caminho. Isso não é um fenômeno restrito a duas ou três línguas. Não é apenas o inglês que ameaça línguas nativas na Austrália, ou o português que põe em perigo idiomas indígenas no norte do Brasil. O chinês, o russo, o hindi, o suahili – todas as línguas majoritárias ameaçam idiomas de comunidades pequenas. O futuro dessas línguas minoritárias está vinculado a políticas regionais. Nos lugares onde elas sobrevivem, há uma série de práticas políticas e econômicas que valorizam a diversidade (*Riqueza da Língua*, VEJA, nº 2025, 12 set. 2007, p. 94).

É como se Babel fosse colocada de cabeça para baixo. O inglês é a língua expansionista e o pressuposto que parece permear a matérias é que existe uma tendência entre as pessoas em adotar as línguas mais faladas em detrimento de sua língua nacional.

Em *O fim do português* (VEJA, nº 1643, 5 abr 2000), há uma entrevista nas páginas amarelas com Steven Fischer, linguista americano afirmando que o intercâmbio comercial entre o português e o espanhol pode ocasionar, em 300 anos, a fusão das línguas do continente. Uma vez que, como os seres vivos, as línguas evoluem, mudam, transformam-se, se encontrando em constante transformação, o contato frequente do português com o espanhol daria origem ao “portunhol” (p. 11). Além disso, “falam-se entre 4000 e 6800 idiomas na Terra. Haverá menos de 1000 em 100 anos. Em 300 anos, não mais do que 24” (p. 11).

No contexto, é interessante que, para o linguista, a Torre de Babel não existiu de fato. Não havia uma língua anterior, falada por todos os povos. A linguagem surgiu de forma distinta, nos vários agrupamentos dos homínídeos. “Na verdade, o caminho é inverno.

Estamos indo em direção à língua universal que existia antes do castigo da Torre da Babel” (p. 15).

(f) Língua e Pentecostes

Na narrativa bíblica, o ocorrido em Pentecostes é a inversão de Babel. Enquanto no primeiro as línguas foram confundidas, no segundo evento “ajuntou-se uma multidão que ficou perplexa, pois cada um os ouvia falar em sua própria língua” (BÍBLIA. Atos 2.5). Na narrativa, as pessoas vieram de vários locais para celebrar a festa de Pentecostes em Jerusalém. Havia Partos, medos, elamitas, habitantes da Mesopotâmia, Judéia, Capadócia, Ponto, província da Ásia, Frígia, Panfília, Egito, Líbia, Cirene, Roma que afirmavam sobre os apóstolos “nós os ouvimos declarar as maravilhas de Deus em nossa própria língua!” (BÍBLIA. Atos 2.11).

As matérias que trazem o arquetípico do que aconteceu em pentecostes diz respeito à busca humana por uma língua entendida por todos. Em *Entendeu, valeu* (VEJA, nº 1903, 4 mai 2005), o subtítulo da matéria afirma “oito em cada dez pessoas que se fazem entender em inglês não usam o idioma de Shakespeare, mas o globês”. O texto conta que esse último termo foi criado pelo francês Jean-Paul Nerrière, que, com cerca de 1 500 palavras, acrescidas de gestos, expressões faciais e alguns termos técnicos, permitem que as pessoas conversem em linguagem compreensível.

Ex-vice-presidente da IBM na França e nos Estados Unidos, o autor organizou um livro e um dicionário sobre o assunto a fim de que as pessoas aprendam essa forma universal de se comunicar. Veja explica que essa não é uma tentativa de fazer o idioma universal, como o esperanto, mas uma forma de comunicação entre as pessoas. No globês, o importante é a eficiência na fala, o fazer-se compreensível. Por isso, o uso de gestos, frases curtas, a repetição de frases e a forma de falar que seja clara.

Outra forma de alguém falar e ser entendido por todos acontece, na revista, dentro de um mesmo idioma. Num boxê presente na matéria *O grande salto para trás* (VEJA, nº 1889, 26 jan. 2005), Veja procura analisar a linguagem do então Presidente da República, Luiz Inácio Lula da Silva. O título afirma: *Um presidente que fala para todos* (VEJA, nº 1889, 26 jan. 2005, p. 54) e o subtítulo diz: “os tropeços gramaticais de Lula, antes de ferir os ouvidos cultos, geram identidade com a massa de brasileiros”.

No texto, é dito que Lula é um excelente orador, apesar de não ser um “cultor das normas do idioma” (p. 54). São várias vezes reiteradas que, em nos discursos de improviso do

então presidente, “a gramática não consegue sair ilesa” (p. 55). Todavia, ressalta-se que, ao falar assim, o presidente consegue se comunicar com a totalidade da população.

Outra tentativa de adotar uma língua em comum que seja inteligível para o maior número de pessoas se dá pela adoção do inglês como língua universal. Nas matérias sobre a linguagem, à revista fala constantemente sobre a necessidade de se aprender o inglês, que é a língua mais difundida e disseminada no mundo dos negócios.

Yes, nós somos bilíngues (VEJA, nº 2022, 22 ago. 2007), conta como os pais estão cada vez mais cedo colocando as crianças em escolas que ensinem duas línguas para os filhos. Há dois benefícios o fazer com elas, as crianças, emirjam em outra língua desde os primeiros anos de vida: (a) essa é a fase mais favorável à aquisição de uma língua sem sotaque e (b) a habilidade das crianças em aprender uma nova língua de forma natural. Já em *Para soltar a língua* (VEJA, nº 2284, 29 ago. 2012), conta-se as vantagens, inclusive sociais e econômicas, em se adotar o inglês como língua, uma vez que 70% das empresas internacionais buscam funcionários que falem inglês.

Em *A corrida pelo domínio da língua* (VEJA, nº 2102, 4 mar. 2009), observa-se a mesma tendência, a saber, o aprendizado da língua inglesa é necessário para a vida profissional e para os negócios.

(g) Língua e Ciência

Nessa imagem, a ciência é a responsável por explicar o mundo ao *homo*. As perguntas fundamentais que a humanidade sempre se fez como: o universo sempre existiu ou veio a existir? Como surgiu? E o *homo*, foi criado? De que é feito o mundo? Como funciona nosso planeta? O que é o tempo?, são agora respondidas pelo mundo científico e são aceitas as explicações dadas pelos cientistas. Há vários incontáveis mitos sobre a origem do universo em vários povos antigos. Geralmente, as histórias eram apreendidas ou de uma tradição oral ou lendo algum livro sagrado.

Na era da ciência, as explicações sobre como tudo começou ou como as coisas funcionam são fornecidas pela ciência e pela pesquisa cosmológica, antropológica, entre outras. A ciência explica hoje para o *homo* o que as narrativas mitológicas explicavam outrora para o *homo* do passado. O Universo e o Planeta Terra da imaginação do *homo* pós moderno é formado por fotografias da NASA, por imagens do *Discovery Channel* e da *National Geographic* e por livros de divulgação científica.

Como as matérias sobre a língua dialogam com essa imagem? Através da explicação. A ciência explica a língua: como e onde ela surgiu, como ela funciona, como ela é aprendida,

qual foi o primeiro idioma, entre outras perguntas que eram respondidas pela mitologia. No texto *Enigmas da linguagem* (VEJA, nº 2027, 26 set 2007), explica a evolução da linguagem de acordo com alguns especialistas no assunto. O texto começa fazendo menção a Noam Chomsky, linguista americano conhecido por seus estudos dentro da linguística.

Lá, é dito que o trabalho do norte americano vem sendo ultimamente contestado. Além disso, Veja deixa clara sua posição com relação ao pesquisador: “Assim como a política de Chomsky está errada, suspeita-se agora que sua ciência também caminha para a desmoralização. Depois de quatro décadas de hegemonia, sua abordagem abstrata está cedendo lugar à outra, naturalista” (p. 104).

A matéria continua citando abordagens científicas que vem, nos últimos anos, esclarecendo o fenômeno da fala, uma tentativa de explicar porque o *homo sapiens* consegue falar. As possíveis respostas vêm da biologia, da neurologia e da fisiologia. Em uma das pesquisas citadas na matéria, mostra como a ciência concede explicações, respondendo a pergunta sobre como a linguagem funciona.

Uma de suas experiências [do cientista Philip Lieberman] o levou ao Monte Everest. Ele queria observar como os danos temporários causados pela falta de oxigênio a uma das estruturas mais antigas do cérebro, o gânglio de base, responsável por sequenciar movimentos, afetavam a fala. A bateria de testes que aplicou em alpinistas mostrou que não apenas sua fala piorava à medida que eles subiam a montanha e o ar se tornava mais rarefeito: seu domínio da sintaxe também diminuía. *Foi a prova de que o sistema motor do cérebro é um dos pontos de partida para nossa capacidade de nos expressar.* Em outras palavras, *a linguagem humana tem raízes numa estrutura que compartilhamos com as criaturas mais primitivas.* Trabalhos recentes do autor ajudam a desfazer de vez a ideia de que a capacidade de concatenar palavras depende de um compartimento milagroso em nossa mente. Até mesmo o conceito de que as estruturas da linguagem estão concentradas no hemisfério esquerdo do cérebro já não se sustenta. Elas estão em toda parte (*Enigmas da linguagem*, VEJA, nº 2027, 26 set 2007, p. 105. Grifos Nosso).

Em Veja, a ciência traz um tipo de explicação que está em consonância com a realidade. Os experimentos de Philip Lieberman demonstram de onde provém nossa capacidade de se expressar: “numa estrutura que compartilhamos com as criaturas mais primitivas” (*Enigmas da linguagem*, VEJA, nº 2027, 26 set 2007, p. 105).

O texto foi precedido por outro, *O cérebro e o espírito* (VEJA, nº 2027, 26 set 2007), que fala sobre como o cérebro humano está relacionado com a música e com as artes. Cita um novo ramo de pesquisa, a neuroestética, que pretende raciocinar de forma científica sobre como o ser humano enxerga o belo. No texto, é dito: “como observa o biólogo americano

Philip Lieberman, contudo, hoje é certo que a linguagem humana ‘pode ser rastreada até as respostas motoras dos répteis’” (p. 98 e 100).

O texto descreve como o uso da linguagem envolve tanto partes primitivas do cérebro, como aquelas compartilhadas com os répteis, quanto partes que surgiram depois na escala da evolução, como a do lobo frontal. Não apenas isso, mas no texto há também uma tentativa de “entender nosso hábito de criar poemas e histórias” (p. 105). As explicações provêm da ciência, ou seja, de experimentos e demonstrações que procuram explicar essas duas características humanas:

O pesquisador David Miall, da Universidade de Alberta, no Canadá, desenvolveu um programa de computador que analisa variações métricas e fonéticas em obras literárias. Depois, comparou esses padrões com os da fala de uma mãe ao seu bebê. Descobriu que a mãe enternecida repetia, de maneira um tanto exagerada, os mesmos ritmos encontrados na grande arte. Como a fala da mãe também transmite emoções, circuitos que relacionam a literatura à experiência emocional poderiam começar a se formar aí. Quanto à habilidade narrativa, ela vem sendo estudada com base nos casos de pessoas que sofreram lesões no cérebro. Como talvez seja óbvio, acidentes que afetam a memória costumam comprometer a capacidade de narrar. Pessoas com amnésia grave não conseguem transmitir sua vivência aos outros. Curiosamente, porém, um subgrupo dos desmemoriados age de maneira oposta: de forma quase compulsiva, inventam versões contraditórias de um acontecimento cuja circunstância real esqueceram. Ao contrário do que ocorre com certos políticos, o objetivo não é enganar: trata-se de um esforço instintivo de satisfazer à curiosidade de quem lhes perguntou algo. Como mostram esses indivíduos desafortunados, a atividade de narrativa está de algum modo entranhada na estrutura física do cérebro humano (*Enigmas da linguagem*, VEJA, nº 2027, 26 set 2007, p. 105).

Veja se vale da ciência para explicar também como as crianças aprendem a linguagem de forma mais rápida e mais fácil do que os adultos. “Os especialistas são unânimes em afirmar que a imersão numa língua estrangeira é benéfica desde os primeiros anos de vida” (*Yes, nós somos bilíngues*, VEJA, nº 2022, 22 ago 2007, p. 100). O texto faz parte de uma imagem ilustração que traz nos títulos dos quadros: “o que a ciência comprovou”, “ressalva dos especialistas” e “o que esperar” (Figura 12).

	Até 4 anos	De 5 a 10 anos	A partir de 11 anos
O que a ciência comprovou	Essa fase é a melhor de todas para a assimilação de novos fonemas — e portanto para o aprendizado de um idioma sem sotaque	Crianças que começam cedo numa escola bilíngüe e seguem nela até os 10 anos de idade têm a base do novo idioma consolidada no cérebro a longo prazo	Como as estruturas formais da língua materna já se enraizaram, o cérebro está na melhor fase para aprender novas palavras estrangeiras em menos tempo
Ressalva dos especialistas	Não compensa submeter as crianças a aulas puxadas demais, sob o risco de que lhes causem pavor em relação ao novo idioma — o ideal é que elas aprendam por meio de jogos e brincadeiras	Embora essa seja a fase da alfabetização, não é bom que ela ocorra nas duas línguas ao mesmo tempo — é melhor ensinar o alfabeto no idioma estrangeiro com um ano de atraso	O estágio avançado no idioma materno torna difícil falar a segunda língua sem sotaque — um intercâmbio pode ajudar
O que esperar	Domínio de cerca de 1 500 palavras e compreensão de frases simples da rotina escolar	Domínio de cerca de 5 000 palavras, compreensão de letras de música e capacidade de ler e escrever textos curtos	Domínio de cerca de 10 000 palavras, fluência oral e capacidade de assistir a filmes sem legenda

Figura 11.

Fonte: Revista Veja, 2007, nº. 2022.

Por fim, em *A linguagem nos faz humanos* (VEJA, 2259, 07 mar 2012), uma entrevista com o linguista Daniel Everett, é nos dito que “nossas línguas são resultado de uma combinação de três fatores: a capacidade cognitiva do homem, a cultura dos povos e o que as sociedades querem comunicar” (p. 201).

Já no texto *O mistério dos pirahãs* (VEJA, nº 2004, 18 abr 2007) conta a história de uma tribo da Amazônia que desafia os pesquisadores sobre a formação das línguas. Isso porque “seu idioma desafia todas as teorias sobre como a linguagem humana se desenvolveu nas diferentes culturas” (p. 90). A língua dos membros dessa tribo contraria o conceito de gramática universal, de Noam Chomsky. Além disso, eles não têm tradição oral, não possuem arte, não tem mitos da criação, não usam números, nem sabem contar, nem tem palavras para descrever as cores. Apesar de refutar uma teoria linguística bem aceita – a gramática universal –, a ciência explicaria o que acontece com os membros da tribo:

As pesquisas de Gordon confirmaram a teoria do lingüista americano Benjamin Whorf de que o idioma condiciona o raciocínio. Whorf, nos anos 30, afirmava que o ser humano só é capaz de formular pensamentos a partir de elementos que possuam correspondência nas palavras. Como os pirahãs não têm palavras que os façam chegar ao conceito de números, é impossível que entendam seu significado (*O mistério dos pirahãs*, VEJA, nº 2004, 18 abr 2007, p. 2007).

A ciência explicaria como falamos e porque falamos. Ela oferecia as repostas que as antigas narrativas míticas ofereciam ao *homo* sobre o mundo e, no nosso caso, sobre a linguagem. Ela explicaria porque as crianças aprenderiam um idioma mais rápido, o que os especialistas comprovaram sobre o tema e quais teorias são melhores para explicar fatos que vemos sobre os idiomas.

(h) Língua e a humanidade

A ciência concede a explicação sobre como funciona as línguas. Ela vem das ciências naturais, biologia, fisiologia, e neurologia. Não apenas como funciona, mas a ciência confirmaria uma antiga intuição humana, a saber, a língua é uma faculdade específica da espécie humana e está associada com a origem do *homo sapiens*, oferecendo pistas sobre de onde viemos. Nessa imagem, humanidade e linguagem estão entrelaçadas, juntas, sendo uma das características que diferencia o *sapiens* dos outros animais, algo que já faz parte da natureza do *homo* oferecendo assim alguma resposta sobre o porquê falamos.

Essa imagem segue uma das perguntas mais presentes nos mitos e no imaginário humano sobre suas origens, a saber, de onde veio o mundo, a humanidade e, para nossos

objetivos, a linguagem. Uma das características da mitologia é a capacidade que ela tem de responder essa que o *homo sapiens* considera uma das grandes questões fundamentais. Nas antigas narrativas míticas, encontramos várias explicações sobre porque o ser humano fala (e porque ele é o único que o faz), qual a origem da linguagem, qual a razão por trás da diversidade linguística entre os povos, entre outras questões.

Há, entre todas essas respostas, temas que são recorrentes, ou seja, que perpassam todas as histórias sobre a origem das línguas de forma arquetípica – como o fato das narrativas trazerem algum tipo de explicação sobre o porquê dos humanos falarem –, ao mesmo tempo em que preservam diferenças nas respostas dadas sobre as questões. Os mitos acerca da linguagem possuem elementos em comum, tocam nas mesmas questões, mas oferecem respostas diversas as mesmas perguntas que procuram responder.

Em muitas dessas narrativas, a língua é um presente dos deuses, embora eles difiram sobre quando a humanidade passou a falar, se logo no início dos tempos, no momento da criação, ou algum tempo depois, como um presente ou uma maldição jogada pelas entidades divinas.

Uma das questões que chama atenção é que, como a linguagem é uma característica específica do *homo sapiens*, e como “a mitologia é, aparentemente, contemporânea da humanidade” (CAMPBELL, 2000, p. 24), as antigas narrativas sempre procuraram associar o aparecimento da linguagem em algum ponto próximo do aparecimento da humanidade. A linguagem, de alguma forma, oferece algum tipo de pista sobre nossas origens.

Nessa imagem, a língua é vista como oferecendo pistas sobre as origens do *homo sapiens*. A chave para encontrar a origem da humanidade está na origem da linguagem – e vice versa. Como as antigas narrativas, a língua faz parte do *homo* desde os tempos imemoriais, antigos, de forma que o que a ciência diz sobre o assunto demonstra isso.

Em *Veja*, a origem das línguas e a origem da humanidade estão relacionadas. *O berço da humanidade* (VEJA, nº 2112, 13 mai 2009) traz o resultado de uma pesquisa genética que aponta sobre o aparecimento do *homo sapiens* há 200 000 anos, na fronteira entre Angola e Namíbia, no sudoeste do continente africano. O texto indica que os *sans*, caçadores e coletores, possuem uma variedade genética tal, que provavelmente foram os que deram origem a humanidade, já que, a grande diversidade de genes neles indicaria que tiveram mais tempo para acumular variações no genoma – o efeito fundador. Não apenas a diversidade genética, mas a língua dos *sans* traria alguma pista sobre as origens do *sapiens*:

A descoberta reforça a tese, consolidada nas últimas décadas pelas pesquisas genéticas, de que a humanidade descende de um pequeno grupo de ‘Evas’ e ‘Adãos’. A conclusão de que os sans se espalharam pela África e se tornaram nossos antepassados é reforçada pelo fato de certas características da língua falada por eles estarem presentes em diversas outras do leste da África, próximo de onde o homem moderno deixou o continente. Uma pesquisa de 2003 concluiu que o idioma dos sans pode guardar a chave para explicar a origem da própria linguagem humana (*O berço da humanidade*, VEJA, nº 2112, 13 mai 2009, p. 110-111).

Como é possível perceber nessa imagem, há uma dialógica entre origem da linguagem e origem da humanidade. Ainda no texto, é informado que todos os africanos descendem de catorze populações. “Para obterem esse resultado, eles compararam os padrões genéticos com a etnia, a cultura e a língua dos povos pesquisados. Descobriram fortes relações entre os traços genéticos e a cultura de cada povo, com poucas exceções” (*O berço da humanidade*, VEJA, nº 2112, 13 mai 2009, p. 111).

Em *A menina que subia em árvores* (VEJA, nº 1975, 27 set 2006), Veja traz uma matéria sobre o fóssil de *selam*, menina que viveu numa região desértica da Etiópia há mais de 3 milhões de anos e que pertencia a espécie *Australopithecus afarensis*, a mesma de *Lucy*. A matéria descreve como o fóssil foi encontrado, a opinião dos paleontólogos sobre o achado, bem como o trabalho realizado pela *National Geographic Society*, que fez uma reconstituição artística da criança. De acordo com o texto, umas partes dos fósseis encontrados podem oferecer pistas sobre a origem da linguagem:

Ao encontrar o fóssil, os paleontólogos comemoraram ainda o excelente estado de conservação do osso hióide, situado na base da língua, que não costuma preservar-se no processo de fossilização. O osso hióide de Selam fornecerá informações sobre que tipo de sons a espécie produzia e ajudará os cientistas a entender melhor a origem da linguagem humana (*A menina que subia em árvores*, VEJA, nº 1975, 27 set 2006, p. 94).

Para Veja, “o uso da linguagem é uma das características especiais dos humanos” (*Enigmas da linguagem*, VEJA, nº 2027, 26 set 2007, p. 104). Há, assim, uma associação entre os seres humanos e a língua. Em *A linguagem nos faz humanos* (VEJA, 2259, 07 mar 2012), há uma conclusão da revista sobre o trabalho de Everett que afirma: “Ele concluiu que a humanidade só sobreviveu em sua espinhosa caminhada evolutiva e chegou ao atual estágio civilizatório por ter conseguido se equipar com a linguagem” (p. 17). Nas palavras do linguista: “a linguagem não é apenas uma ferramenta. Ela é a ferramenta mais importante do homem. É ela que nos faz humanos. Pela fala e, depois, pela escrita, conseguimos formular pensamentos e acumular conhecimento no decorrer das gerações” (p. 20).

Nessa imagem, há uma relação entre o ser humano e a linguagem. Essa última é uma das características especiais do *homo sapiens*, nos ajudando a diferenciar dos outros animais, sendo uma das ferramentas responsáveis por nos fazer chegar aonde chegamos no processo civilizatório. Além disso, as origens das línguas e as origens da humanidade estão interligadas, ou seja, as origens de como falamos pode nos dar alguma pista sobre como surgimos, oferecendo assim pistas e explicações sobre nosso início enquanto espécie.

(i) Língua e Sociedade

Uma última imagem que aparece em *Veja* quando o assunto diz respeito à linguagem e seu uso na sociedade, onde a língua refletiria os costumes de um povo. Nessa imagem, *Veja* apresenta como o brasileiro fala e se relaciona com a língua e como esse fato está relacionado com a forma como a população é. Na língua, seria refletida as características do povo brasileiro.

Na matéria *Acusando, culpando e errando* (VEJA, nº 2032, 31 out. 2007) o subtítulo informa que “o gerúndio tem sido discriminado e denunciado pelo *hábito nacional de enrolar*. O que há de errado nisso?” (p. 104. Grifos Nosso). O texto fala sobre um decreto do governador do DF na época, José Roberto Arruda, em que proibia o uso do gerúndio, acusado-o de ser ineficiente, leniente e enrolador para com as pessoas.

Pelo subtítulo, ele seria fruto de um “hábito nacional”, refletindo um aspecto sobre como as pessoas são. A decisão do governador havia sido publicada no *Diário Oficial* e era fruto de uma insatisfação generalizada em setores da sociedade brasileira para com a falta de objetividade na linguagem:

Há uns dez anos, uma parcela expressiva de brasileiros passou a implicar com o gerúndio ou, mais propriamente, com o gerundismo, nome dado à praga infecciosa que leva falantes do português a fazer uso abusivo do gerúndio. A versão mais popular informa que a praga surgiu entre operadores de telemarketing, que dizem ‘Vou estar transferindo sua ligação’, em vez de simplesmente dizer ‘Vou transferir sua ligação’. E a praga decorre da tradução rudimentar de manuais de telemarketing escritos em inglês (*Acusando, culpando e errando*. VEJA, nº 2032, 31 out. 2007, p. 104).

Como se pode perceber, a correlação feita é entre o gerúndio e a falta de objetividade, ou seja, quando os atendentes de telemarketing afirmam que “vamos estar enviando o documento X” ou quando uma empresa afirma que “vamos estar publicando Y”, é outra forma de dizer que “não foi enviado” ou “não foi publicado”, mas com outras palavras, ditas de forma mais amenas e menos diretas. Esse tipo de procedimento seria fruto de falta de

comprometimento, que teria reflexos na língua – algo descoberto pelos operadores de telemarketing:

Os operadores de telemarketing descobriram que era útil. Porque soa como uma forma polida de falar, tal como o futuro do pretérito é usado por quem quer ser gentil, e dá uma ideia de descompromisso e desobrigação: ‘vou estar enviando’ não é tão afirmativo quanto ‘vou enviar’ (*Acusando, culpando e errando*. VEJA, nº 2032, 31 out. 2007, p. 104).

A reportagem aponta que o problema não estaria no gerúndio, mas “nos funcionários que cedem à burocracia e nunca se empenham para concluir o que começaram” (p. 106). O gerúndio não seria a causa, mas o reflexo de determinados profissionais brasileiros de não firmarem compromissos sólidos. Aqui, a língua reflete uma característica de um determinado setor. Além disso, população brasileira vem implicaria com o uso do gerúndio porque ela é um sintoma da falta de compromisso de alguns setores, como o de telemarketing, com a população. Em outro texto, *Nós falamos mal, mas você pode fazer melhor* (VEJA, nº 2177, 11 ago. 2010), a revista apresenta um outro olhar sobre o fenômeno do gerundismo:

Não é que ‘vou estar enviando’ seja errado do ponto de vista gramatical. Mas o transbordamento de verbos ofende a frase, que diria a mesma coisa com um ‘enviarei’ ou, na fala, ‘vou enviar’. O ‘gerundismo’ pegou porque alguns creem que essa é uma forma ‘sofisticada’ de falar. Outros, com o mesmo propósito, recorrem ao bacharelismo, confundindo afetação com riqueza vocabular (*Nós falamos mal, mas você pode fazer melhor*, VEJA, nº 2177, 11 ago. 2010, p. 100. Grifos Nosso).

O gerundismo seria utilizado porque refletiria a crença de que, para alguns, “é uma forma ‘sofisticada’ de falar”. Já outras pessoas recorreriam ao bacharelismo porque pensam da mesma forma. Em ambos, a forma de falar estar concatenada a uma forma de ser, isto é, essa imagem *Veja* aponta que as pessoas refletem algum tipo de característica pela forma como empregam a linguagem.

Em defesa da gramática (VEJA, nº 2109, 01 jun 2011) faz uma correlação entre as pessoas falarem a norma culta e a evolução do idioma e da gramática da língua. Nesse sentido, Bechara afirma que “quanto mais à norma culta de uma língua é praticada, mais esse idioma e sua gramática evoluem” (p. 25). Nessa linha de raciocínio, o Brasil estaria ficando para trás nesse campo.

Para dar a dimensão de nosso atraso nessa área, a academia espanhola acaba de publicar uma gramática de 4.000 páginas. O volume mais extenso que temos no Brasil possui 1.000 páginas, um quarto do tamanho. Um país que se pretende globalizado não pode se dar o direito de empobrecer seu idioma.

As línguas mais difundidas no mundo são justamente aquelas mais avançadas do ponto de vista gramatical. É o caso do francês e do inglês. As pessoas costumam dizer que a língua inglesa é simples demais, mas isso só vale para certos aspectos. Sua fonética e o emprego que exige das preposições são complicadíssimos. O vocabulário inglês é extremamente rico. Afinal de contas, estamos falando do produto de uma cultura humanística e científica notável (*Em defesa da gramática*, VEJA, nº 2109, 01 jun 2011, p. 25).

Um idioma pode ser empobrecido, a depender de sua população. O inglês é o que é porque é fruto de uma cultura humanística e científica notável. Isso faz dessa língua ter um vocabulário “rico” e “notável”. O que nos interessa é que, nessa imagem, a língua reflete um determinado país, sendo desenvolvido ou não a depender de como a população a trata.

Na matéria *O poder da palavra* (VEJA, nº 1715, 29 ago. 2001), há uma breve discussão sobre o debate envolvendo o estrangeirismo e o projeto de lei do deputado Aldo Rabelo, que previa multa para quem empregasse palavras de origem estrangeira. O texto explica como o estrangeirismo foi uma das fontes de riqueza do idioma português. “Os ‘empréstimos’ de palavras estrangeiras, longe de empobrecer, tornam a língua hospedeira mais abrangente e culta” (p. 121). Aqui, Veja faz uma crítica há uma tendência que alguns setores da sociedade afirmavam, a saber, o estrangeirismo era fruto da influência norte americano sobre a população brasileira – o que a revista não concorda.

Bom servo, mau senhor (VEJA, nº 1668, 27 set 2000) traz um debate sobre a dupla face do nacionalismo, ou seja, como por um lado ele tem seu lado tanto benéfico, quanto maléfico. Quando trata sobre a questão do internacionalismo implantado pela cristandade, a publicação afirma que há um encadeamento entre “o florescimento de fortes características nacionais, associadas ao aparecimento de diferentes línguas e de estilos na construção e na pintura” (p. 150).

O internacionalismo refletiu no nacionalismo, principalmente em termos de diferentes línguas. A língua foi um dos pilares que deu início ao nacionalismo. “Quando grandes poetas, teóricos políticos, historiadores e filósofos começaram a escrever na língua local, e não em latim, o nacionalismo moderno nasceu e ganhou voz” (p. 150). Em seguida, há uma descrição sobre como as línguas estão ligadas a formação das nações.

A Inglaterra e a língua inglesa são um caso interessante. Até o começo do século XIV, a linguagem das cortes e da cultura na Inglaterra era o francês (ou o latim). Então, o começo da Guerra dos 100 Anos com a França isolou o país das influências continentais e atizou o fogo do nacionalismo. A Coroa adotou o inglês em seus pronunciamentos, o Parlamento votou o Estatuto dos Requerimentos, tornando ilegal a condução de casos judiciais em outra língua que não o inglês, e os escritores se voltaram para o vernáculo. Ao

final do século, o primeiro grande poeta popular da ilha, Geoffrey Chaucer, havia escrito sua obra-prima, os Contos de Canterbury, inteiramente em inglês. Paralelamente, a Inglaterra desenvolveu sua própria versão da arquitetura gótica. E a primeira obra-prima dessa escola, em Gloucester, comemorou a vitória inglesa em Crécy sobre os franceses – um exemplo perfeito de nacionalismo que alcança expressão cultural. Processos semelhantes aconteceram em Portugal, que desenvolveu o estilo manuelino, na Espanha, com o plateresco, e na França, com o flamboyant. Como na Inglaterra, o nacionalismo foi reforçado por grandes obras na língua local. Cervantes, na Espanha, e Rabelais, na França, produziram livros populares em vernáculo, livros que se tornaram emblemáticos da cultura nacional. Martinho Lutero tanto respondeu ao fogo do nacionalismo germânico quanto ajudou a aumentá-lo, criando uma nova liturgia eclesiástica na Alemanha. Ainda mais notável foi a conexão entre cultura nacional e independência lingüística em Portugal, onde Camões contou a história do país em Os Lusíadas, primeira criação maior da literatura portuguesa (*Bom servo, mau senhor*, VEJA, nº 1668, 27 set 2000, p. 150-151).

Essa imagem mostra a relação entre uma sociedade e sua língua, seja refletindo sua forma de ser, seja dando origem a questões como a do nacionalismo. A língua é um componente de uma sociedade, refletindo, de alguma forma essa última, como os seus costumes. Ela é um modo de caracterizar uma sociedade, mostrando como ela é, ou seja, a língua é o que a sociedade é. Em certa medida, a língua foi instrumento para a origem do nacionalismo, desempenhando um papel relevante em vários países da Europa.

3.3 VEJA, NOTÍCIA E IMAGINÁRIO

Através das imagens descritas no tópico anterior, nos damos conta que as forças mitopoéticas que estavam (e ainda estão) presentes nas narrativas míticas e na literatura também são percebidas dentro de Veja. A notícia, mesmo possuindo uma linguagem que se apresente como racional e objetiva, ao seja, pertencente ao *logos*, precisa ceder lugar, de forma paralela, ao *mythos*, a fim de “montar” seu texto, visando à construção de um mundo possível (RODRIGO ALSINA, 2009).

Esse tipo de movimento, a saber, recorrer aos arquetípicos, símbolos e mitos presentes no imaginário social, serve como mundo de referência (RODRIGO ALSINA, 2009), para que seja possível construir o texto jornalístico. Seja numa reportagem, seja numa entrevista, várias imagens irão se repetir insistentemente em Veja, mostrando que a revista recorre a eles no momento de construir uma narrativa para o leitor.

É nesse contexto que tanto a temporalidade mítica, presente no *homo mythologicus*, quanto à temporalidade histórica, presente no *homo* moderno, se encontram nos meios de comunicação, em especial no jornalismo, já que esse último é um dos mecanismo de

fabricação de sentido (RODRIGO ALSINA, 2009), fazendo com que ele se torne ponto de referência sobre o imaginário da sociedade pós moderna.

As imagens presentes nas páginas amarelas de Veja reaparecem nas reportagens, da mesma forma como as imagens das reportagens reaparecem nas revistas, mostrando que, ao falar sobre a língua, a publicação recorre às mesmas imagens, fazendo com que seu texto não apenas narre um fato, mas também conte uma história para seu público alvo.

Há, nas matérias da revista, um conjunto de nove mitemas que faz com que o imaginário tenha um “semantismo arquetipal” de significações, com uma semântica própria que apreende um sentido que lhe é peculiar, ultrapassando assim o domínio da sintaxe e do símbolo (DURAND, 1985). Os nove mitemas que aparecem de forma redundante em Veja e que desembocam nas imagens não são um conjunto de signos convencionais ou arbitrários, mas possui uma semântica própria, formada pelo diálogo entre o onírico e o real, revelado a partir dessas unidades mínimas que são insistentemente repetíveis e que se contextualizam no contexto em que está presente a publicação.

Nesse sentido, as imagens descritas no tópico anterior não são frutos de uma repetição de antigos mitos, nem uma vaga abstração ou um conjunto de imagens arbitrárias, criadas pelo *homo* e reproduzidas pelo jornalista ao longo dos anos, sendo por isso apenas fruto da criatividade subjetiva humana. Elas refletem e ao mesmo tempo ajudam a consolidar um imaginário sobre a língua que, na narrativa, se torna um elemento propulsor, estimulador ou ainda estruturador dos textos “objetivos” que são lidos diariamente.

Dessa forma, ao falar sobre a linguagem humana, o imaginário do público de Veja influencia o conteúdo da revista; ao mesmo tempo, o conteúdo retroage no imaginário do público numa realimentação constante entre ambas. É dessa forma que ganham destaque assuntos ligados a comportamento, saúde, corpo e qualidade de vida – temas que, nas matérias, se relacionam com a busca pelo sucesso profissional, que são os assuntos que interessam ao público alvo que a publicação procura alcançar.

Assim, não é apenas Veja que procura impor um imaginário sobre a língua no seu público alvo, nem seu público alvo é autônomo a ponto de decidir, por si só, quais temáticas e enfoques aparecerão na revista. Ambos dialogam, se auto influenciam, se chocam e dão origem aos textos que serão publicados.

Através de uma leitura antropológica da publicação, o “efeito de real”, a saber, a descrição objetiva do mundo está concatenada com os “efeitos poéticos”, ajudando o leitor a reconstruir narrativamente a história com o auxílio dos arquetípicos, símbolos e mitos (MOTTA, 2008). Esses conteúdos simbólicos vêm à tona, seja numa matéria, seja numa

entrevista, repetindo os mesmos arquetípicos perpassados ao longo dos anos pela humanidade, mas com diferentes personagens e cenários.

Dessa forma, na estética textual da publicação, é possível perceber como a revista segue esse duplo movimento: por um lado, de modo informativo e pragmático, busca passar ao leitor informações e opiniões sobre acontecimentos do cotidiano que envolve as línguas naturais do *homo sapiens*; por outro lado, e de forma paralela e simultânea ao *logos*, as narrativas de Veja lançam mão de matrizes arquetípicas pré-existent, provenientes do imaginário social sobre as línguas, a fim de tecer a comunicação jornalística.

As nove imagens descritas, (a) língua perene, (b) língua e os olímpianos, (c) língua, heróis e vilões, (d) língua e paraíso, (e) língua e babel, (f) língua e pentecostes, (g) língua e ciência, (h) língua e humanidade e (i) língua e sociedade, demonstram como a revista submete sua racionalidade jornalística aos *mythos* a fim de realizar não apenas uma função informativa, pragmática, enunciativa, mas também, e simultaneamente, uma experiência estética, fática e *diegética*, produzindo assim o “efeito narrativa” nas matérias, entrevistas e reportagens (MOTTA, 2006).

Mas essas imagens não estão isoladas. Elas giram em torno de duas narrativas canônicas, que por sua vez dão corpo a dois mitologemas: (a) no primeiro conjunto de imagens a língua está ligada ao sucesso profissional e a ascensão social; (b) no segundo conjunto de imagens as grandes questões sobre a linguagem, suas origens, a possibilidade de falar uma única língua, a resposta do porquê falamos como falamos, como a língua é algo exclusivo da humanidade, são respondidas pela ciência.

Na primeira narrativa temos o mitologema da jornada: há perigos, desafios; cabe ao leitor buscar vencer os obstáculos e conseguir chegar ao paraíso. Nessa narrativa, é possível perceber que Veja legitima papéis de heróis e vilões, aponta uma língua “exemplar”, procura lançar para os leitores um alvo e um norte a fim de guiá-los na realidade, aponta o “paraíso”, indica quem são os Olímpianos que alcançaram o topo do Olimpo através dos seus feitos. Tudo isso dentro de seus textos, ainda que possivelmente esse “efeito estético” não seja sua função primordial.

Na segunda temos um conjunto de imagens que recorrem ao mitologema que busca dar resposta para as grandes questões humanas sobre a linguagem: como ela se originou, se é possível falarmos uma só língua, como funciona, porque falamos como falamos, porque outros animais não falam, como a língua se relaciona com a humanidade. Aqui, Veja recorre a autoridade da ciência para responder essas perguntas, que sempre fascinaram o ser humano, e que ainda encantam o ser humano. Por isso, ela procura o “enigma”, o “mistério”.

Uma vez que Veja precisa cativar o seu público leitor, ela recorre a uma estética que chame atenção do seu público alvo. Sua linguagem não é apenas objetiva, da ordem do *logos*, mas precisa ser de natureza dramática, conflituosa, da ordem do *mythos*, tão ampla e retórica quanto à linguagem encontrada na literatura e na mitologia.

Títulos como *Nós falamos mal, mas você pode fazer melhor* (VEJA, nº 2177, 11 ago 2010), *Falar e escrever, eis a questão* (VEJA, nº 1725, 07 nov 2001), *Em defesa da gramática* (VEJA, nº 2109, 01 jun 2011), *Todo mundo fala assim* (VEJA, nº 1710, 25 de jul. 2001), *O fim do português* (VEJA, nº 1643, 5 abr 2000), *Yes, nós somos bilíngues* (VEJA, nº 2222, 22 ago. 2007), *Enigmas da linguagem* (VEJA, nº 2027, 26 set 2007), *A linguagem nos faz humanos* (VEJA, nº 2259, 07 mar 2012), *O mistério dos pirahãs* (VEJA, nº 2004, 18 abr 2007) e *Riqueza da Língua* (VEJA, nº 2025, 12 set. 2007), demonstram que a revista não está apenas querendo informar algo, mas procurando gerar nos leitores determinados efeitos emocionais e dramáticos.

Nos títulos, a revista recorre ao “mistério”, ao “enigma” e ao “fim”, termos dramáticos empregados enquanto título-manchete a fim de seduzir quem lê para o conteúdo do texto. Igualmente, “eis a questão” e “Yes, nós somos” são, respectivamente, termos literários e informais que objetivam também atrair para o texto. A linguagem mitológica presente nesses títulos chamam a atenção porque eles remetem diretamente a características mitológicas, a saber, desvendar determinado aspecto desconhecido da existência, lidar com questões apocalípticas, empregar termos conhecidos da literatura, entre outras.

Por que Veja lançaria mão de recursos estéticos quando fala sobre a língua? Porque ela precisa organizar seu discurso dentro de uma lógica que tenha algum tipo de conflito, de dramaticidade, que estimule a imaginação, ou melhor, a *diegese* da história, numa sequência que seja cronológica e que tenha personagens a fim de fazer com que a narrativa funcione (MOTTA, 2004). Na primeira narrativa canônica isso fica muito claro.

Veja escolhe um elemento do conflito, a saber, uma língua que seja “padrão”, “exemplar”, “modelo”. É dentro desse arquétipo que boa parte das reportagens e entrevistas vai tratar a língua, isto é, existe uma forma de falar que seria “correta”, servindo de parâmetro para a forma como falamos ou escrevemos²⁹.

²⁹ Textos que seguem esse viés: *Todo mundo fala assim* (VEJA, nº 1710, 25 de jul 2001), *Falar e escrever: eis a questão* (VEJA, nº 1725, 07 nov 2001), *Riqueza da língua* (VEJA, nº 2025, 12 set 2007), *A corrida pelo domínio da língua* (VEJA, nº 2102, 4 mar 2009), *Nós falamos mal, mas você pode fazer melhor* (VEJA, nº 2177, 11 ago 2010), *Em defesa da gramática* (VEJA, nº 2109, 01 jun 2011), *Os adversários do bom português* (VEJA, nº 2108, 25 mai 2011).

Ao selecionar o “padrão”, consequentemente escolhe-se também um não padrão, ou seja, termos, expressões e construções linguísticas que não seguirão o que foi estabelecido como “régua de medida” para avaliar a forma como falamos e escrevemos, ou para empregar as palavras da revista, “‘a gente fomos’, é claro, continua sendo o que sempre foi: um erro. *Aberrações* como essa *agridem* tanto os ouvidos como a *natureza da língua* (*Nós falamos mal, mas você pode fazer melhor*, VEJA, nº 2177, 11 ago. 2010, p. 98. Grifos Nosso).

Escolhido o ponto em torno do qual se dará o conflito, se faz necessário conseguir os personagens, pessoas-chaves que sirvam como elementos estruturadores dentro do texto, através dos quais transcorreriam os fatos e que precisarão ser encaixados dentro da lógica interna do drama, ou melhor, que precisarão ser mais coerente com a narrativa interna do que está sendo narrado.

Por isso, quando fala sobre a língua, há os Heróis, Vilões e Olimpianos. Esses últimos dominam a língua e nos concede o “modelo exemplar” de falar e escrever; os primeiros conseguem vencer a batalha épica do domínio da “língua exemplar”, sendo por isso levados a glória, seja num novo emprego, seja no “subir de cargo”, contando para os outros a história de sua jornada a fim de que sirva como exemplo; os do meio são os adversários que impedem que esse processo ocorra.

Heróis, vilões e olimpianos estão em volta de um enredo conflituoso: o domínio da língua exemplar; e de um prêmio: alcançar o paraíso, um lugar de harmonia e paz que no nosso caso, é sinônimo de ascensão social, sucesso profissional, ou de um melhor emprego/cargo na sociedade. A língua inglesa também aparece na imagem do paraíso e também promete um lugar no rol dos vencedores, dos que conseguiram vencer a batalha épica do domínio de uma língua estrangeira.

Aqui, é importante refletir que, ao descrever as imagens, o enredo e o conflito montado por Veja, pode-se parecer que o leitor da publicação está diante de uma teia ficcional, criada para satisfazer uma necessidade de, por exemplo, ter contato com o *illud tempus*. Todavia, os textos de Veja sobre a língua não são narrativas totalmente ficcionais.

A diferença entre o enredo montado pela publicação e as narrativas ficcionistas da literatura é que os primeiros são eventos reais, pessoas que de fato existem, onde os jornalistas buscam narrar os fatos de forma mais objetiva possível. As situações descritas por Veja sobre a língua não são inventadas, criadas, como acontece nas narrativas ficcionais, mas fazem parte da sociedade, ou pelo menos de um imaginário que circula no cotidiano.

Um enredo, qualquer que seja, precisa de personagens, de pontos de conflito, de uma lógica temporal, em suma, de alguns elementos da ordem da *diegese* a fim de estruturar uma

história. As matérias de *Veja* e o cenário descrito acima sobre a língua fazem isso, não apenas por uma escolha da publicação, mas por uma necessidade da própria lógica interna do texto a fim de montar um mundo possível.

Além disso, quando analisamos as imagens sobre a língua à luz do contexto descrito no primeiro tópico, percebemos como os mitologemas são preenchidos pelo contexto sociocultural em que trabalha a revista. Os mitologemas são preenchidos em *Veja* por imagens que fazem parte do contexto sócio-histórico-cultural.

Para percebermos como se dá isso em *Veja*, é importante lembrar aqui o que vimos no começo de nossa análise, ou seja, o fato de que a língua é uma realidade permanentemente instável, em constante construção, desconstrução e reconstrução, seguindo sempre esse movimento. Sua natureza é intrinsecamente heterogênea e variável. O que falamos, a forma como empregamos a linguagem para se comunicar com o outro não é um objeto pronto, acabado, finalizado, mas algo em constante processo, “um fazer-se permanente e nunca concluído” (BAGNO, 2007, p. 36).

Para nossos objetivos, isso significa que, intrinsecamente, não existem construções linguísticas “certas” ou “erradas”, “feias” ou “bonitas”, “exatas ou inexatas”. Essas afirmações sobre a linguagem são sociais, não linguísticas. Mas, no imaginário social, têm-se algumas concepções sobre a língua do tipo: há uma língua “certa” e esta língua “exata” se encontra presente nas gramáticas normativas; há uma forma “errada” de falar, entre outros.

Nesse sentido, vale a pena citar *Dionísio Trácio*: erudito alexandrino do século II aC, autor da primeira gramática conhecida no ocidente, a *Tékhne Grammatiké*. Ela tinha como objetivo “o conhecimento empírico do comumente dito <nas obras> dos poetas e prosadores” (CHAPANSKI, 2003, p. 21). Essa é provavelmente a mais antiga definição textual da noção de gramática. Essa obra procurava perceber os artifícios de linguagem empregados nas ‘grandes’ obras de Literatura Universal, utilizado pelos grandes escritores. Para ela, o paradigma do bom uso linguístico era a língua escrita exemplar, tal como escrita pelos grandes escritores da antiguidade.

Para a cultura helenística, “língua escrita exemplar” era sinônimo de “língua literária”. Com isso, os objetivos dessa primeira gramática eram dois: tentar descrever essa língua, percebendo como foi empregada a linguagem exemplar; e depois, estabelecer um modelo a ser seguido por todos os que escreviam (FARACO, 2008).

Dessa forma, é possível perceber que os estudos dedicados à linguagem e a gramática se concentraram no estudo da língua literária, procurando perceber como os chamados “grandes escritores” fizeram uso dela na literatura. Essas gramáticas se baseavam num modo

peculiar de atividade linguística, a escrita, de um grupo seletivo de cidadãos que fizeram uso dessas variantes prestigiadas no que costumam ser chamadas de “obras clássicas”.

Antes das primeiras obras gramaticais que temos conhecimento serem escritas na Grécia, já existia ali uma ampla e diversificada literatura que influenciou a cultura ocidental e é estudada até hoje: *Íliada*, *Odisséia*, os diálogos de Platão e as tragédias de Ésquilo foram produzidas antes que qualquer tipo de normatização da língua tivesse sido fixada (BAGNO, 2009).

Mas, ainda na Grécia antiga, aconteceu uma inversão de valores entre a língua e a gramática. Isso porque uma vez que essa última foi escrita precisamente para “descrever e fixar como ‘regras’ e ‘padrões’ as manifestações linguísticas usadas espontaneamente pelos escritores considerados dignos de admiração, modelos a ser imitados” (BAGNO, 2009, p. 80), a gramática seria decorrência da língua, sendo subordinadas e dependentes dela. No entanto, criou-se a concepção de que os falantes e escritores da língua é que precisam da gramática, resultado da inversão de uma realidade histórica.

Veja segue, em seus textos, esse imaginário fortemente presente na sociedade. A revista enfatiza diversas vezes, seja em seus títulos, seja em seus textos que: *Nós falamos mal, mas você pode fazer melhor* (VEJA, nº 2177, 11 ago. 2010), “os brasileiros interessados em dominar o português, novas obras de referência podem ajudar a enriquecer o idioma cotidiano” (p. 94), “os brasileiros tem desejo [...] por ferramentas que os auxiliem no bom uso da língua, escrita ou falada” (p. 96) e “o brasileiro tem dificuldade de se expressar corretamente. Mas está fazendo tudo para melhorar, porque precisa disso na profissão, nos negócios e na vida social” (*Falar e escrever, eis a questão*, VEJA, nº 1725, 07 nov 2001).

Em diálogo com o imaginário do seu público alvo, há uma forma “correta” e uma forma “não correta” de falar; há um “bom uso” da língua, e um uso a ser evitado, há uma forma “exemplar” e uma forma que “fere” a natureza da linguagem. E esse imaginário normativo está apontado nas páginas da revista.

Esse diálogo com o imaginário do seu público alvo leva *Veja* a fazer outra correlação, a saber, a que alia o “domínio da língua exemplar” com ascensão social. Há vários textos que seguem essa imagem: *Riqueza da Língua* (VEJA, nº 2025, 12 set. 2007), *Nós falamos mal, mas você pode fazer melhor* (VEJA, nº 2177, 11 ago. 2010), *Em defesa da gramática* (VEJA, nº 2109, 01 jun. 2011), *Os adversários do bom português* (VEJA, nº 2108, 25 mai. 2011), *Para soltar a língua* (VEJA, nº 2284, 29 ago. 2012), *Yes, nós somos bilíngues* (VEJA, nº 2022, 22 ago. 2007) e *A corrida pelo domínio da língua* (VEJA, nº 2102, 4 mar. 2009). Nos textos, a imagem da “língua exemplar” deve ser “dominada”. Com isso, tem-se um

instrumento ascensão social; o “domínio” da língua inglesa segue a mesma tendência, sendo responsável por melhores postos no mercado de trabalho. Ambas estão dentro de uma mesma lógica, a saber, o domínio de uma determinada língua serve como instrumento de ascensão social e de um bom emprego no mercado de trabalho.

Esses textos seguem duas tendências: (a) por um lado, estão dentro do paradigma neoliberal da revista que, dando ênfase na meritocracia, busca apontar como um indivíduo que “domina a língua exemplar” têm mais chances de se dar bem na busca por um bom emprego, na promoção de um cargo ou ainda pode ascender socialmente; (b) por outro lado, buscam imagens sobre a língua que possam confirmar essa perspectiva.

Nessa primeira narrativa canônica de Veja é possível perceber que há um enredo, ou seja, um conjunto de fatos narrativos que estão presentes nas matérias e entrevistas. Eles estão em consonância com as antigas narrativas mitológicas que envolvem algum drama, com personagens arquetípicos como heróis e vilões. Todavia, e o que é interessante, esses “moldes ocios” (DURAND, 2011) são preenchidos pelo meio sociocultural em que está a revista, pelo imaginário do público alvo, pelas várias “interpelações do meio cósmico e social” (DURAND, 2011, p. 90).

A jornada não consiste em matar o leão da Neméia, mas em dominar a “língua exemplar”; o herói não é Hércules, mas as pessoas que precisam passar por tal feito; os vilões não são Hera ou a Hidra de Lerna, mas os linguistas e relativistas que procuram impedir tal feito; e o paraíso não tem haver com um céu, mas com ascensão social do indivíduo, com uma melhor promoção ou com um melhor emprego.

Mas as imagens descritas no tópico anterior não tratam apenas do enredo descrito acima. Veja também percebe a língua a luz da ciência, colocando a ciência e a mitologia para dialogar. Em *Enigmas da linguagem* (VEJA, nº 2027, 26 set 2007), *O cérebro e o espírito* (VEJA, nº 2027, 26 set 2007), *A linguagem nos faz humanos* (VEJA, 2259, 07 mar 2012), *Yes, nós somos bilíngues*, VEJA, nº 2022, 22 ago 2007), *O mistério dos pirahãs*, VEJA, nº 2004, 18 abr 2007), *O berço da humanidade* (VEJA, nº 2112, 13 mai 2009), *A menina que subia em árvores* (VEJA, nº 1975, 27 set 2006), a ciência fornece explicações sobre o funcionamento da linguagem, suas origens, sua forma mais eficaz de aprendizado. A ciência seria responsável por dar explicações que antes cabiam aos mitos. Os discursos científicos fariam parte da grande narrativa mitológica do nosso tempo.

O interessante nesse contexto é que, como aponta Gleiser (2006, p. 9), “belas metáforas e um riquíssimo simbolismo cruzam as fronteiras entre ciência e religião, expressando uma profunda universalidade do pensamento humano” – ainda que essa

universalidade, para o físico, esbarre em algumas limitações da nossa imaginação. A ciência busca responder as grandes questões levantadas pelas antigas narrativas míticas. Ao fazer isso, elas acabam lançando mão de antigos imaginário, fornecendo *insights* semelhantes às antigas ideias presentes nas mitologias, como a que liga a origem da linguagem com a origem do *homo sapiens*, ou de que a linguagem é a característica que nos distingue dos animais.

Em Veja, essa dialógica aparece em seus textos, formando uma segunda narrativa canônica. Em primeiro lugar, através de imagens que remetem a antigas narrativas míticas sobre a língua, como Babel e Pentecostes. Assim, os textos da publicação se revestem de elementos antropológicos na narração do que está sendo contado sobre a língua. A diversidade de idiomas é constante na revista, ainda que, *a priori*, a matéria não pareceria exigir: *Riqueza da Língua* (VEJA, nº 2025, 12 set. 2007) trata sobre a correlação entre língua e ascensão social. Mas a entrevista com o linguista David Crystal, as informações sobre o desaparecimento da diversidade linguística, em suma, todos esses elementos simbólicos são trazidos dentro da publicação.

Entendeu, valeu (VEJA, nº 1903, 4 mai 2005) lembra pentecostes. Afinal, uma linguagem com cerca de 1 500 palavras, acrescidas de gestos, expressões faciais e alguns termos técnicos, permitem que as várias pessoas ao redor do globo conversem em linguagem compreensível, o *globês*. A imagem por trás do texto é o ocorrido pentecostes e em várias narrativas míticas, ou seja, a ideia de que houve um tempo ou um evento quando as pessoas falavam uma única língua, todos se entendiam, não havendo diversidade. No entanto, e mais uma vez, esses “resíduos” ou “modelos esquemáticos” (DURAND, 1996) de como a linguagem é pensada aparece em outros moldes, preenchidos por outros elementos – ainda que a ideia geral de que há uma linguagem inteligível por todos permanece o mesmo.

Outro ponto interessante é que *O fim do português* (VEJA, nº 1643, 5 abr 2000) mostra como as narrativas míticas interessam para a publicação: as perguntas feitas para o linguista *Steven Fischer* são “A torre de babel existiu?”, “a comunicação entre seres humanos e animais já chegou ao limite”, “quais são os animais que tem a linguagem mais semelhantes à dos seres humanos?” (p. 15), “a língua falada pelo brasileiro irá mesmo desaparecer?” (p. 11), “que outras línguas vão acabar?” (p. 14). São perguntas da ordem da informação, do *logos*, mas que, paralelamente, transposta o leitor ao *mythos*, a realidade “ausente”, ao *illuds tempus*. Essas questões sobre a linguagem são também da ordem do onírico, da imaginação, das antigas narrativas que acompanham a saga humana.

Não apenas nesse texto, mas em *Enigmas da linguagem* (VEJA, nº 2027, 26 set 2007), *O cérebro e o espírito* (VEJA, nº 2027, 26 set 2007), *A linguagem nos faz humanos* (VEJA,

2259, 07 mar 2012), *O mistério dos pirahãs* (VEJA, nº 2004, 18 abr 2007), *O berço da humanidade* (VEJA, nº 2112, 13 mai 2009), *A menina que subia em árvores* (VEJA, nº 1975, 27 set 2006), são carregados de elementos antropológicos, que levam o leitor para uma realidade paralela, o *illuds tempus*, que mexe com sua imaginação e curiosidade, da mesma forma que faziam as antigas narrativas míticas, através de temas que estão presentes no imaginário humano a século.

E, mais uma vez, como o mito é flutuante (DURAND, 1996), preenchido pelo meio, Veja vai à ciência a fim de “repassar” para o leitor as respostas sobre temas como a origem da linguagem e da humanidade (e a relação entre ambas), como nossa capacidade de se comunicar linguisticamente nos diferencia de outros animais, como e porque falamos, qual a razão por trás da diversidade das línguas.

Nessa segunda narrativa canônica é possível identificar alguns pontos: (a) Veja, no geral, traz alguns tipos gerais de abordagens sobre a língua, com elementos antropológicos, presentes no imaginário, nas antigas narrativas míticas, buscando responder questões que outrora era da responsabilidade dos mitos; (b) Todavia, os fenômenos linguísticos são percebidos e encarados a luz da ciência, imbricando assim questões dos antigos mitos com o discurso científico moderno; (c) Isso faz com que a revista não apenas repasse ao leitor informações, mas transporte-o para uma outra realidade, um tempo imemorial, dialogando com antigas pulsões do *sapiens* sobre a língua.

O interessante é que todos esses textos são fragmentados, incompletos, inacabados, como uma série de micro-episódios narrados na revista ao longo de 12 anos – que foi o período da análise –, mas que reaparecem constantemente e insistentemente quando Veja trata sobre a língua. Além disso, a publicação se vale do imaginário do leitor a fim de construir conexões e recompor narrativamente o enredo.

Dentro dessa segunda narrativa canônica está também a ideia de que a língua refletiria os costumes de um povo, seu modo de ser, de falar, de viver. Veja apresenta um conjunto de textos demonstrando como o brasileiro fala e se relaciona com a língua e como esse fato está relacionado com a forma como a população é.

Na língua, seria refletida as características do povo brasileiro, como em *Acusando, culpando e errando* (VEJA, nº 2032, 31 out. 2007), que aponta para o hábito nacional de enrolar, *Nós falamos mal, mas você pode fazer melhor* (VEJA, nº 2177, 11 ago. 2010), que fala sobre o uso da linguagem bacheliana a fim de parecer uma fala “sofisticada”, *Em defesa da gramática* (VEJA, nº 2109, 01 jun 2011), que aponta como não falamos de acordo com a “norma culta”, e por isso nossa gramática e idioma não evoluem enquanto elementos teóricos.

Outras duas matérias, *Bom servo, mau senhor* (VEJA, nº 1668, 27 set 2000) e *O poder da palavra* (VEJA, nº 1715, 29 ago. 2001), nos traz também um debate sobre língua e nacionalismo. Essa última imagem descrita, língua e sociedade, remete a um debate sobre a identidade nacional e a língua (HOBSBAWM, 2011), onde, por trás da identidade mística de uma nacionalidade, haveria uma ideia platônica sobre a língua, ou seja, as nações e povos se formaram a partir de suas línguas, como se essa última fosse um critério para estabelecer o que seria uma nação – ideia muito presente no séc. XVIII, quando estava sendo desenvolvido e debatido o conceito de nação³⁰.

Com a descrição das nove imagens e as observações que fizemos, é possível perceber o movimento que Veja faz entre meio cósmico e meio social, *mythos* e *logos*, acomodações anteriores e arquetípicas do sujeito e contexto sócio-histórico-cultural. As nove imagens demonstram como a narrativa jornalística é carregada de elementos antropológicos e míticos, navegando pelo trajeto antropológico (DURAND, 2012), onde a linguagem é percebida tanto em sua dimensão histórica, quando a-histórica,. Dessa forma, Veja trabalha com o imaginário do leitor tanto do presente histórico, baseado num referente que é ancorado tanto na realidade, quanto um presente imaginado, baseado no conteúdo simbólico sobre a língua que perpassam os textos da revista.

Veja seria assim um dos meios que o *homo* utiliza para preencher sua necessidade simbólica. Ao ler a revista, tem-se um conjunto de material mitológico e simbólico que dão energia vital a narrativa e que se encontram presentes nas matérias e entrevistas. Eles estão em consonância com as antigas narrativas mitológicas que envolvem algum drama, com personagens arquetípicos. Nesse sentido, é possível que, graças a esse conteúdo simbólico que a revista emprega quando fala sobre a língua, pode-se arriscar como Motta (2006, p. 12-13) que: “estamos apenas confirmando com toda convicção que o essencial na notícia pode não ser o ato de informar uma novidade qualquer, mas sim o que acontece simultaneamente”.

³⁰ Para um melhor debate sobre o imaginário entre língua e nação, ver HOBSBAWM (2011).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O jornalismo não é apenas o lugar do *logos*, mas também cede espaço ao *mythos*. A análise dos textos jornalísticos da revista *Veja* não apenas falam de realidades sobre o cotidiano da língua, mas trazem consigo conteúdos simbólicos que estão presentes no *sapiens* e que dialogam com a realidade concreta em que o *homo* vive. O mito, como comparou Durand (1996), é como um quadro: ainda que mantenha o mesmo esquema, ele é incessantemente preenchido por elementos diferentes. Ele é, em si, flutuante, dialogando com a realidade sócio-histórica do *sapiens*.

Como a análise das matérias sobre a linguagem demonstraram, o retorno de um mito, no jornalismo, nunca é sua repetição pura e simples de um antigo sistema mitológico, mas uma releitura feita dentro do dado contexto sócio-histórico em que a publicação se apresenta – que no nosso caso se dá entre 2000-2012.

A própria dinâmica imaginal, presente na dialógica entre universal e histórico, não permite que eles sejam rígidos, estáticos, fiel a uma dada estrutura engessada, nem que sua volta se dê de forma maquinal e mecânica. Ao contrário, apesar de ter uma dimensão perene, os mitos são sempre ressignificados e atualizados a depender do contexto em que estão inseridos. Por isso, a ênfase deste trabalho se deu a partir da dialógica entre jornalismo/imaginário/contexto, percebendo como, no primeiro, os mecanismos de atualização dos arquetípicos humanos são concretamente preenchidos pelos contextos sócio-históricos-culturais.

O *sapiens*, como afirma Morin (2012b), sempre manteve a dialógica racional-empírico e simbólico-mítico. Um ponto importante no nosso trabalho é a constatação que *homo sapiens* não é apenas razão, lógica, coerência, fazedor de ferramentas, criador de técnicas, mas também é *demens*, *ludens*, *religiosus*, *mythologicus*, numa relação complexa entre *sapiens/demens*, razão/emoção, *logos/mythos* que vem guiando a humanidade desde os seus primórdios. A sabedoria pós-moderna consiste em apontar que outras instâncias atravessam o *homo sapiens* além da razão pura e simples, tendo no imaginário o elo que liga esses dois mundos, o do *sapiens* e o do *demens*, organizando e desorganizando as constituintes de nossa sociedade.

O diálogo entre jornalismo e imaginário é pertinente e importante. A Teoria Geral do Imaginário proposto por Gilbert Durand oferece inúmeras conexões a fim de pensar e analisar o trabalho jornalístico. Uma vez que “o imaginário tudo contamina” (MAFFESOLI, 2001, p. 78), o diálogo entre teorias do jornalismo com A Teoria Geral do Imaginário nos ajuda a

detectar “até onde a história se impõe através da força dos acontecimentos reais e até onde ela se confunde com as fantasias, ilusões e utopias que permeiam a realidade e ganham espaço no noticiário” (MOTTA, 2002a, p. 26). Ao fazer uma abordagem antropológica da notícia, vimos à dialógica existente entre mundo real, mundo de referência e mundo possível, que se deu pelo dialogo entre jornalismo e imaginário.

Como vimos na segunda parte dessa dissertação, para se entender a mídia deve-se lembrar que ela é um processo que permeia a sociedade, que participa da nossa vida cotidiana, da nossa dimensão cultural e social, política e econômica, que já faz parte de nossa experiência (SILVERSTONE, 2005). A mídia estaria ligada ao imaginário, sendo o motor e o movido, o produtor e o reprodutor, o criador e o difusor, além de se tornar parte constitutiva, essencial desse processo. A mídia é estimuladora e fomentadora dos imaginários sociais, mas ao mesmo tempo, sendo estimulada e influenciada pelos vários imaginários da sociedade.

É nesse sentido que o *medium* alimenta o *sapiens* de sua necessidade de entrar no *illud tempus* (ELIADE, 1991). Se outrora, ele encontrava e saciava essa necessidade na religião, agora o faz com os meios de comunicação. Assim, a mídia não apenas é capaz de passar para os leitores/telespectadores mitos e símbolos, mas também de fabricarem seres do espírito que habitam ou habitarão a noosfera da sociedade pós-moderna.

A partir da teoria da complexidade tal como presente em Morin, esse duplo movimento, jornalismo-imaginário no cotidiano, é retroativo, recursivo e dialógico. Na sociedade contemporânea, o jornalismo contamina o imaginário cotidiano, que contamina também o jornalismo, numa retroalimentação incessante, onde a causa imaginal humana age sobre o efeito jornalístico, que retroage sobre a causa imaginal, cotidianamente *ad infinitum*. Para empregar a expressão de Morin (2012c, p. 167) sobre a relação indivíduo-sociedade, “os indivíduos produzem a sociedade que produz os indivíduos”.

No dialogo entre jornalismo/imaginário, a notícia enquanto catalisadora das práticas sociais contemporâneas (SILVA, G., 2006), nos ajuda a não perder de vista a dimensão histórica dos símbolos e mitos que essas práticas carregam. Dessa forma, como podemos observar ao longo de todo o trabalho e na análise, as notícias sobre a língua lançam mão tanto do presente histórico, baseado num referente que é ancorado na realidade, quanto de um presente imaginado, baseado em conteúdos simbólicos. A notícia, mesmo possuindo uma linguagem que se apresente como racional e objetiva, ao seja, pertencente ao *logos*, precisará ceder lugar, de forma paralela, ao *mythos*, a fim de “montar” seu texto, visando à construção de um mundo possível (RODRIGO ALSINA, 2009).

Para futuras pesquisas, seria interessante perceber outros temas que, mesmo tendo uma lógica racional, o jornalismo precisa lançar mão de conteúdos simbólicos e mitológicos a fim de tecer suas narrativas. Outro ponto que essa dissertação pode contribuir em outras pesquisas é a relação entre língua e meios de comunicação no Brasil.

As nove imagens descritas na terceira parte da pesquisa, (a) língua perene; (b) língua e os olímpianos; (c) língua, heróis e vilões; (d) língua e paraíso; (e) língua e babel; (f) língua e pentecostes; (g) língua e ciência; (h) língua e humanidade; e (i) língua e sociedade; além das duas narrativas canônicas que elas dão origem, demonstram como a revista submete sua racionalidade jornalística aos *mythos* a fim de realizar não apenas uma função informativa, pragmática, enunciativa, mas também, e simultaneamente, uma experiência estética, fática e *diegética*, produzindo assim o “efeito narrativa” nas matérias e entrevistas (MOTTA, 2006).

Através das imagens, pode-se arriscar como Motta (2006, p. 12-13) que: “estamos apenas confirmando com toda convicção que o essencial na notícia pode não ser o ato de informar uma novidade qualquer, mas sim o que acontece simultaneamente”.

Na primeira narrativa canônica, heróis, vilões e olímpianos estão em volta de um enredo conflituoso, o domínio da língua exemplar, e de um prêmio: alcançar o paraíso, um lugar de harmonia e paz que no nosso caso, é sinônimo de ascensão social, sucesso profissional, ou de um melhor emprego/cargo na sociedade.

Na segunda narrativa canônica, é possível identificar alguns pontos: (a) Veja, no geral, traz alguns tipos gerais de abordagens sobre a língua, com elementos antropológicos, presentes no imaginário, nas antigas narrativas míticas, buscando responder questões que outrora era da responsabilidade dos mitos; (b) Todavia, os fenômenos linguísticos são percebidos e encarados a luz da ciência, imbricando assim questões dos antigos mitos com o discurso científico moderno; (c) Isso faz com que a revista não apenas repasse ao leitor informações, mas transporte-o para uma outra realidade, um tempo imemorial, dialogando com antigas pulsões do *sapiens* sobre a língua.

O interessante é que todos esses textos são fragmentados, incompletos, inacabados, como uma série de micro-episódios narrados na revista ao longo de 12 anos – que foi o período da análise –, mas que reaparecem constantemente e insistentemente quando *Veja* trata sobre a língua. Assim, é possível concluir que o imaginário sobre a língua se concretiza no jornalismo. Eles, os mitos, podem adormecer, desgastar-se, corroerem-se, mas nunca desaparecem completamente. E quando voltam, nunca voltam da mesma forma.

REFERÊNCIAS

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

ARAÚJO, Alberto Felipe; SILVA, Armando Malheiro. Mitanálise e interdisciplinaridade: subsídios para uma hermenêutica em educação e ciências sociais. **Revista Portuguesa de Educação**. v. 1, n. 8, p. 117-142, 1995.

ARMSTRONG, Karen. **Em defesa de Deus**: o que religião realmente significa. São Paulo: Companhia das Letras: 2011.

_____. **Breve história do mito**. São Paulo: Companhia das Letras: 2005.

AUGUSTI, Alexandre. **Jornalismo e Comportamento**: os valores presentes no discurso da revista *Veja*. Dissertação. Porto Alegre: Universidade Federal do Rio Grande do Sul (Programa de Pós Graduação em Comunicação e Informação), 2005.

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

BAGNO, Marcos. **Preconceito linguístico**: o que é e como se faz. São Paulo: Loyola, 2009.

_____. **A norma oculta**: língua e poder na sociedade brasileira. São Paulo: Parábola, 2003.

_____. **Dramática da língua portuguesa**: Tradição Gramatical, Mídia e Exclusão Social. São Paulo: Loyola, 2005.

_____. **Nada na língua é por acaso**. São Paulo: Parábola, 2007.

BARROS, Ana T. M. P. Comunicação e imaginário – uma proposta metodológica. **Intercom – Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**. São Paulo, v. 33, nº. 2, p. 125-143, jul-dez. 2010.

BARZOTO, Valdir. **Leitura de Revista Periódica**: forma texto e discurso. Um estudo sobre a revista Realidade (1966-1976). 1998. 228f. Doutorado. Campinas: Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP) – Instituto de Estudos da Linguagem, 1998.

BAUMAN, Zygmunt. **O mal estar da pós-modernidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1998.
_____. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

BENETTI, Márcia. Análise do Discurso em jornalismo: estudo de vozes e sentidos. In: LAGO, Cláudia; BENETTI, Márcia (Org). **Metodologia de Pesquisa em jornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2008.

_____. Jornalismo e a lógica transversal do imaginário. In: Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, II, 2004, Salvador. **Anais eletrônicos [...]**. Brasília: SBPJor, 2004.

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

_____. **Jornalismo e Perspectiva de enunciação: uma abordagem metodológica.** **Intertexto.** Porto Alegre: UFRGS, v. 1, n. 14, 1-11, Jan-Jun 2006.

BENETTI, Márcia e HAGEN, Sean. **Jornalismo e a imagem de si: o discurso institucional das revistas semanais.** **Estudos em Jornalismo e Mídia.** Ano VII Nº 1, Jan-Jun. 2010.

BERGER, Peter & LUCKMANN, Thomas. **A construção social da realidade.** Petrópolis: Vozes, 1995.

BÍBLIA. Português. **Bíblia Sagrada:** Antigo e Novo Testamento. Nova Versão Internacional. São Paulo: Vida, 2007.

CARNEVALLI, Maria Alice. **Indispensável é o leitor:** o novo papel das revistas semanais de informação no Brasil. Tese de Doutorado. ECA/USP: São Paulo, 2003.

CALVET, Louis-Jean. **Sociolinguística:** uma introdução crítica. São Paulo: Parábola, 2002.

CAMPBELL, Joseph. **O poder do mito.** São Paulo: Pala Athenas, 1990.

_____. **O herói de mil faces.** São Paulo: Cultrix, 1993.

_____. **Para viver os mitos.** São Paulo: Cultrix, 2000.

CHAUÍ, Marilena. **Convite à filosofia.** São Paulo: Ática, 2006.

CHAPANSKI, G. **Uma tradução da Tékhne Grammatike, de Dionísio Trácio, para o português.** Mestrado. Curitiba: Universidade Federal do Paraná – Programa de Pós Graduação em Letras, 2003.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias.** São Paulo: Contexto, 2009.

CONTRERA, Malena. **O mito na mídia:** a presença de conteúdos arcaicos nos meios de comunicação. São Paulo: Annablume, 1996.

CORREA, Thomaz. **Abril, os primeiros 50 anos.** São Paulo: Abril. 2000.

DAMÁSIO, Antonio. **O erro de Descartes:** emoção, razão e o cérebro humano. São Paulo: Companhia das Letras, 2012.

DAWKINS, Richard. **Desvendando o Arco-Íris:** ciência, ilusão e encantamento. São Paulo: Companhia das Letras: 2000.

DURAND, Gilbert. **Estruturas antropológicas do imaginário.** São Paulo: Martins Fontes, 2012.

_____. **O imaginário:** ensaio acerca das ciências e da filosofia da imagem. São Paulo: Difel, 2011.

_____. **Campos do Imaginário.** Lisboa: Instituto Piaget, 1996.

_____. **A Fé do Sapateiro**. Brasília: UnB, 1995.

_____. **A Imaginação simbólica**. São Paulo: Cultrix e Ed. USP, 1988.

_____. O retorno do mito: introdução à mitolodologia. Mitos e Sociedades. In: **Revista Famecos**, Porto Alegre, n. 23, p. 7-22, abr. 2004.

_____. Sobre a exploração do imaginário, seu vocabulário, métodos e aplicações transdisciplinares: mito, mitanálise e mitocrítica. In: **Revista da Faculdade de Educação**. São Paulo: USP, v. 11, n. 1-2, 1985. p. 243-273.

ECO, Umberto. **Lector in fabula**: a cooperação interpretativa dos textos narrativos. São Paulo: Perspectiva, 2004.

ELIADE, Mircea. **O mito do eterno retorno**. São Paulo: Mercuryo, 1992.

_____. **Mito e realidade**. São Paulo: Perspectiva, 2011.

_____. **Imagens e símbolos**: ensaio sobre o simbolismo mágico-religioso. São Paulo: Martins Fontes, 1991.

_____. **Tratado de história das religiões**. São Paulo: Martins Fontes, 1998.

FARACO, Carlos Alberto. **Norma Culta Brasileira**: desatando alguns nós. São Paulo: Parábola, 2008.

FERNÁNDEZ-ARMESTO, Felipe. **Verdade**: uma história. Rio de Janeiro: Record, 2000.

FURTADO, Thaís Helena. **As lacunas de sentido no discurso jornalístico**: do repórter ao editor da revista Veja. Dissertação de Mestrado. Porto Alegre: Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2000.

GLEISER, Marcelo. **Criação imperfeita**: Cosmo, Vida e o Código Oculto da Natureza. Rio de Janeiro: Record, 2010.

_____. **A dança do universo**: dos mitos de criação ao Big Bang. São Paulo: Companhia das Letras, 2006.

GOMES, Eunice e SILVA, Leyla. O prantear feminino – a dor do heroísmo: uma análise mitocrítica no Evangelho Apócrifo de Pedro. In: GOMES, Eunice (Org.). **Em busca do mito**: a mitocrítica como método de investigação do imaginário. João Pessoa: Editora UFPB, 2011.

GRENZ, Stanley. **Pós modernismo**: um guia para entender a filosofia do nosso tempo. São Paulo: Vida Nova, 2008.

HOBBSAWM, Eric. **Nações e nacionalismo desde 1780**. São Paulo: Nova Fronteira, 2011.

JUNG, Carl. **Os arquétipos e o inconsciente coletivo**. Petrópolis: Vozes, 2000.

KUCINSKI, Bernardo. **A síndrome da antena parabólica**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 1998.

KUHN, Thomas. **A estrutura das revoluções científicas**. São Paulo: Perspectiva, 1997.

LEAKEY, Richard. **A origem da espécie humana**. São Paulo: Rocco, 1995.

LYOTARD, Jean-François. **A condição pós-moderna**. Rio de Janeiro: José Olympio, 2011.

MAFFESOLI, Michel. **Conhecimento comum**. Porto Alegre: Sulina, 2010.

_____. **O ritmo da vida**: variações sobre o imaginário pós-moderno. Rio de Janeiro: Record, 2007.

_____. **O tempo retorna**: formas elementares da pós-modernidade. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2012.

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

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

MAIA, Flávia Dourado. **O jornalismo entre o efêmero e o eterno**: imaginário e natureza na Globo Rural (1985-2010). Dissertação de Mestrado. Florianópolis: Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), 2011.

MAINGUENEAU, Dominique. **Análise de textos de comunicação**. São Paulo: Cortez, 2011.

MARTINS, Carlos B. **O que é sociologia**. São Paulo: Brasiliense, 1994.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 2007.

MELLO, Gláucia. Contribuições para o estudo do imaginário. **Em Aberto**. Brasília, ano 14, n. 61, pp. 45-52. jan./mar., 1994.

MENDONÇA, Marina Célia. **A luta pelo direito de dizer a língua: a linguística e o purismo linguístico na passagem do século XX para o XXI**. Tese (Doutorado no Instituto de Estudos da Linguagem). Programa de Pós Graduação em Linguística da UNICAMP. Campinas: São Paulo, 2006.

MEDITSCH, Eduardo. **O conhecimento do jornalismo**. Florianópolis: Editora UFSC, 1992.

MORIN, Edgar. **O método 3**: o conhecimento do conhecimento. Porto Alegre: Sulina, 2012a.

_____. **O método 4**: as ideias: habitat, vida, costumes, organização. Porto Alegre: Sulina, 2011.

_____. **O método 5**: a humanidade da humanidade. Porto Alegre: Sulina, 2012b.

_____. **A cultura de massas no século XX: neurose.** Vol. 1. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2005.

_____. A comunicação pelo meio (teoria complexa da comunicação). **Revista Famecos.** Porto Alegre, n. 20, p. 7-12, abr., 2003.

MOTTA, Luiz Gonzaga. 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...** Belo Horizonte: Compós, 2000.

_____. Para uma antropologia da notícia. **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação,** v. XXV, n. 2, julho/dezembro, p. 11-41, 2002a.

_____. Explorações epistemológicas sobre uma antropologia da notícia. **Revista Famecos,** Porto Alegre, v. 19, n. 19, p. 75-92, 2002b.

_____. 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, 2002c.

_____. O trabalho simbólico da notícia. In: Reunião Anual da Compós, XII, 2002, Recife, Pe. **Anais eletrônicos...** Belo Horizonte: Compós, 2002d.

_____. 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.

_____. Jornalismo e configuração narrativa da história do presente. In: **Interprogramas da Compós,** 2004, Brasília. CDROM IV Interprogramas COMPOS. Brasília: Universidade de Brasília, 2004.

_____. Pesquisa em jornalismo no Brasil: o confronto entre os paradigmas midiacêntrico e sociocêntrico. **Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación.** v. VII, n. 1, s/p, abr., 2005.

PATAI, Raphael. **O mito e o homem moderno.** São Paulo: Cultrix, 1974.

PENA, Felipe. **Teoria do jornalismo.** São Paulo: Contexto, 2006.

PEREIRA, Wellington. **O beijo da noiva mecânica.** João Pessoa, Manufatura, 2002.

_____. A comunicação e a cultura no cotidiano. **Revista Famecos,** Porto Alegre, nº 32, abr, 2007.

PITTA, Danielle Rocha. **Iniciação à teoria do imaginário de Gilbert Durand.** Rio de Janeiro: Atlântica Editora, 2005.

POSSENTI, Sírio. Notas sobre a língua na imprensa. In: GREGOLIN, Maria do Rosário (Org.). **Discurso e mídia: a cultura do espetáculo.** São Paulo: Claraluz, 2003.

_____. **Língua na mídia.** São Paulo: Parábola, 2009a.

_____. **Malcomportadas línguas.** São Paulo: Parábola, 2009b.

RODRIGO ALSINA, Miquel. **A construção da notícia.** Petrópolis: Vozes, 2009.

SAGAN, Carl. **O mundo assombrado pelos demônios:** ciência vista como uma vela no escuro. São Paulo: Companhia das Letras, 2006.

_____. **Cosmos.** São Paulo: Francisco Alves, 1980.

SANTAELLA, Lúcia. **Comunicação e pesquisa:** projetos para mestrados e doutorados. São Paulo: Hacker, 2001.

SANTOS, Jair Ferreira. **O que é pós moderno.** São Paulo: Brasiliense, 2006.

SCALZO, Marília. **Jornalismo de Revista.** São Paulo: Contexto, 2008.

SCHERRE, Maria. **Doa-se lindos filhotes de peodle:** variação linguística, mídia e preconceito.

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

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

_____. Imaginário coletivo: estudos do sensível na teoria do jornalismo. **Revista Famecos.** Porto Alegre, v. 17, n. 3, p. 244-252, setembro/dezembro, 2010.

_____. Sinapses possíveis: o imaginário rural do leitor urbano. In: Encontro Anual da Compós, XII, 2004, São Bernardo do Campo (SP). **Anais eletrônicos...** Belo Horizonte: Compós, 2004.

_____. Leituras de notícias e imaginário. In: Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, IV, 2006, Porto Alegre. **Anais eletrônicos...** Porto Alegre: SBPJor, 2006.

SILVA, Juremir Machado. Interfaces: Michel Maffesoli, teórico da Comunicação. **Revista Famecos.** Porto Alegre, n. 3, p. 43-48, dezembro, 2004.

_____. **As tecnologias do imaginário.** Porto Alegre: Sulina, 2006.

SILVERSTONE, Roger. **Por que estudar a Mídia?** São Paulo: Loyola, 2005.

SIRE, James. **O universo ao lado:** um catálogo básico sobre cosmovisão. São Paulo: Hagnos, 2009.

SODRÉ, Muniz. **Antropológica do espelho:** uma teoria da comunicação linear e em rede. Petrópolis: Vozes, 2009a.

_____. Um imaginário ativo na cultura nacional. **Revista Famecos**. Porto Alegre. n. 40, p. 23-27, Dezembro, 2009b.

SOUSA, Jorge Pedro. Por que as notícias são como são? Construindo uma teoria da notícia. **BOCC**, Portugal, 2005. Disponível em: <<http://bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-construindo-teoria-da-noticia.pdf>>. Acesso em: 10 fev. 2014.

STEGER, Manfred. **A Globalização: compreender**. Vila Nova de Famalicão: Quase Edições, 2006.

STEPHENS, Mitchell. **História das Comunicações: do tantã ao satélite**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1993.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo: porque as notícias são como são**. Vol. 1. Florianópolis: Insular, 2005.

_____. **Teorias do jornalismo: a tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional**. Florianópolis: Insular, 2008.

THOMAS, J. Mircea Eliade. In: PITTA, Danielle Rocha. **Iniciação à teoria do imaginário de Gilbert Durand**. Rio de Janeiro: Atlântica Editora, 2005.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade**. Petrópolis: Vozes, 2009.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação de massa**. Lisboa: Presença, 1995.

WOLTON, Dominique. **Informar não é comunicar**. Porto Alegre: Sulinas, 2011.

XAVIER, Maria C. Antropologia poética da comunicação: esse ancestral homem moderno. **Revista Famecos**. Porto Alegre, n. 21, p. 130-134, agosto, 2003.

TEXTOS ANALISADOS

VEJA. *Editorial*. Nº 1, 11 set 1968.

_____. *O fim do português*. Nº 1643, 5 abr 2000.

_____. *Bom servo, mau senhor*. Nº 1668, 27 set 2000.

_____. *Todo mundo fala assim*. Nº 1710, 25 de jul 2001.

_____. *O poder da palavra*. Nº 1715, 29 ago 2001.

_____. *Falar e escrever: eis a questão*. Nº. 1725, 07 nov 2001.

_____. *Entendeu, valeu*. Nº 1889, 26 jan 2005.

- _____. *A menina que subia em árvores*. Nº 1975, 27 set 2006.
- _____. *O mistério dos pirahãs*. Nº 2004, 18 abr 2007.
- _____. *Yes, nós somos bilíngues*. Nº 2022, 22 ago 2007.
- _____. *O cérebro e o espírito*. Nº 2027, 26 set 2007.
- _____. *Enigmas da linguagem*. Nº 2027, 26 set 2007.
- _____. *Acusando, culpando e errando*. Nº 2032, 31 out 2007.
- _____. *Riqueza da língua*. Nº 2025, 12 set 2007.
- _____. *A corrida pelo domínio da língua*. Nº 2102, 4 mar 2009.
- _____. *O berço da humanidade*. Nº 2112, 13 mai 2009.
- _____. *Nós falamos mal, mas você pode fazer melhor*. Nº 2177, 11 ago 2010.
- _____. *Em defesa da gramática*. Nº 2109, 01 jun 2011.
- _____. *Os adversários do bom português*. Nº 2108, 25 mai 2011.
- _____. *A linguagem nos faz humanos*. Nº 2259, 07 mar 2012.
- _____. *Para soltar a língua*. Nº 2284, 29 ago 2012.