



O PAPEL DO JORNAL NA CONSTRUÇÃO SOCIAL DE IDENTIDADES

J. Péricles Diniz *

O objetivo principal deste texto é discutir o conceito de cultura em suas relações com a sociedade, mas sobretudo buscando definir os parâmetros e pressupostos em que tais exercícios teóricos estão fundamentados, buscando contrapor-los ao que diz respeito à definição da imprensa como agente - ou instrumento, veículo, intermediário - na formação de identidade. O jornalismo e sua mídia, contemporaneamente entrelaçados aos contextos do entretenimento, do turismo e da publicidade, exercem cada vez mais os papéis de porta-vozes da sociedade, guardiões da agenda de temas nacionais e fiscais da nação (o chamado *quarto poder*). Assim como uma consciência coletiva, vão gerar regras de conduta, reforçar comportamentos e moldar estereótipos que reforçam as posições assumidas pelo discurso hegemônico sobre o papel de cada um na malha de relações de poder na sociedade.

Palavras-chave: Cultura. Sociedade. Jornalismo. Identidade.

Cultura e sociedade

Em texto intitulado *Teorias gerais da relação entre cultura e sociedade*, Franco Crespi (1997, p.13-14) fala de um aspecto subjetivo da cultura, quando ela trata dos modelos de comportamento, dos valores e critérios normativos, mas também aponta um caráter objetivo, que seria sua memória coletiva, suas tradições, o depósito do saber e suas técnicas. Distingue duas dimensões, uma descritiva (que seria justamente aquela relativa às crenças e representações sociais, as imagens do mundo e as identidade individuais) e outra prescritiva (que implica no conjunto de valores, normas, papéis, regras e leis).

Neste estudo, o autor identifica as principais tendências teóricas para tratar a questão do relacionamento entre as expressões culturais e as estruturas sociais apontando três vertentes distintas. A primeira que define a cultura como elemento autônomo de orientação sobre os valores e normas sociais; uma segunda que enfatiza o

* José Péricles Diniz Bahia é jornalista, professor assistente da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal do Recôncavo da Bahia, mestre em Educação e doutorando pelo Programa Multidisciplinar de Pós-Graduação em Cultura e Sociedade da UFBA. E-mail: periclesdiniz@globo.com

caráter estrutural e a dinâmica das interações sociais e formas culturais; e a última que vê a cultura como os saberes e fazeres humanos diante de situações sociais concretas. São abordagens diferentes e divergentes, que ora privilegiam uma preponderância das estruturas sobre o agir individual ou podem, por outro lado, considerar o social como produto da ação dos indivíduos. Mas destaca sobretudo a tendência contemporânea em considerar aspectos de ambas as posições.

Considera o autor que as teorias que enfatizam o caráter sistêmico das relações sociais destacam a função de integração exercida pela cultura sobre a sociedade, a exemplo do pensamento de Emile Durkheim, que “considera a sociedade como uma entidade específica, possuidora das suas próprias exigências, as quais se impõem aos indivíduos” (CRESPI, 1997, p.81). Ou seja, para Durkheim a realidade social é externa aos indivíduos e exerce uma força coercitiva sobre eles. Daí surge o conceito de consciência coletiva, onde padrões de idéias vão caracterizar e dar significação a um sentimento geral de pertencimento.

A este respeito, Don Gardner (1987, p.73-86) lembra que, na obra intitulada *A divisão do trabalho na sociedade*, Durkheim explica como o desenvolvimento da sociedade moderna levava o indivíduo a tornar-se ao mesmo tempo mais autônomo e mais dependente desta mesma sociedade, o que o teria levado a buscar os métodos positivistas a fim de interpretar os fatos da vida moral. Dessa forma, o desenvolvimento de uma chamada consciência coletiva resultaria de uma quebra da antiga e tradicional estrutura de solidariedade que denomina de mecânica (encontrada em organizações tribais, que não pressupõem a divisão social do trabalho), em benefício do estabelecimento de novos arranjos sociais, permeados por uma solidariedade orgânica (mais complexa e pressupondo maior autonomia aos indivíduos).

Mas é a morfologia social que vai, em última análise, explicar o fato social e determinar a natureza desta transformação em que a consciência coletiva vai surgindo gradualmente. Idéia retomada por Levi-Strauss, segundo a análise de John von Sturmer (1987, p.107-123), ao defender que para entender os fatos sociais é necessário compreender a morfologia que regula a sua realidade. Seu pensamento leva, de igual modo, à idéia de pertencimento, mas baseado na premissa de uma cultura enquanto fenômeno universal e, portanto, possuidora de uma natureza específica, não-biológica e ligada à existência de uma espécie de *psique*, ou seja, de uma estrutura psicológica inconsciente.

Crespi trata igualmente de uma dimensão coercitiva da sociedade, pressupondo o fato social como exterior ao indivíduo. A cultura, assim, estaria responsável por produzir e fornecer os modelos de comportamento, de papéis sociais, valores e normas. Abordagem que remete diretamente às definições sobre o papel social da imprensa enquanto agente de divulgação e legitimação de fatos e de personagens sociais, mas igualmente quando designa a si própria as funções de porta-voz da sociedade, guardiã da agenda de temas nacionais e também fiscal da nação, ou *quarto poder*, expressão muito comum nos campos do jornalismo e da política.

Cultura e comportamento

Outro teórico, por sua vez, prefere centrar o debate na distinção entre cultura e comportamento humano. Para Leslie White (1972, p.97-99), a cultura pode ser entendida como comportamento ou mais propriamente como uma abstração do comportamento. Seria, para uns, o conjunto dos objetos ou, para outros, das idéias, eventos e signos, mas de qualquer forma seria uma peculiaridade humana. Assim, questiona: se a cultura é uma abstração, é intangível e, portanto, poderia ser real? Para ele, isto certamente dificulta a construção de uma concepção minimamente adequada de cultura.

Conclui, então, que se cultura é comportamento, ela se tornaria o objeto primordial da psicologia e, portanto, ficaria a antropologia não-biológica sem o seu objeto de estudo. A solução, proposta por Kroeber e Kluckhohn, é simples: deixando o comportamento aos psicólogos, os antropólogos vão se apropriar das abstrações do comportamento. Estas abstrações tornam-se e constituem a cultura. Nesta barganha, pondera que provavelmente os antropólogos deixaram a melhor parte com os psicólogos, que podem se ocupar dos fatos e eventos reais, localizados e observáveis, diretos e indiretos, no mundo exterior e no tempo terrestre ou não, guardando para si apenas o intangível, as abstrações imponderáveis.

Argumenta, a propósito, que nenhuma ciência pode ter como objeto de estudo algo intangível, imponderável ou abstração irreal; uma ciência deve ter algo real com que trabalhar. E propõe que primeiro se distinga psicologia (o estudo científico do comportamento) daquilo que denomina *culturologia*, que seria o estudo científico da cultura, que teria, sim, um objeto real e substancial de estudo (WHITE, 1997, p.100).

E raciocina, a respeito: a ciência faz a dicotomia entre a mente do observador e do mundo exterior e o cientista estabelece contato com o mundo externo através dos sentidos. Esta percepção é transformada em conceitos, manipulados em um processo denominado pensamento, através dos quais formamos premissas, proposições, generalizações e conclusões. A validade de tais premissas, proposições, generalizações e conclusões é estabelecida quando as testamos em relação à experiência com o mundo externo. Este seria o caminho com o qual a ciência trabalha.

Portanto, o primeiro passo do procedimento científico seria a observação do mundo exterior. Após o que foi percebido ter sido transformado em conceitos, faz-se a classificação do que foi percebido ou experimentado. Coisas e eventos do mundo exterior seriam, então, divididos em classes, espécies e grupos de variados gêneros. Tudo isso está perfeitamente de acordo com a lógica sistêmica e estruturalista descrita também por Crespi. Ou seja, há sempre uma realidade externa, com um objeto (ou fenômeno) exterior e independente a ser estudado por uma ciência que se esforça ao máximo apreender suas características, classificar suas propriedades e entender seu funcionamento intrínseco, bem como a forma como cada uma de suas partes se inter-relacionam.

A dificuldade começa, segundo White, quando encaramos uma classe de fenômeno de enorme importância para o estudo humano mas que sequer teria um nome para a ciência: aquela que depende do simbólico. Para compreender esta classe especial de fenômeno é necessário considerar as coisas e os eventos em relação ao seu contexto particular. Ou seja, uma ação é uma ação, simplesmente. Ela somente se torna uma ação ética, econômica ou erótica quando é considerada em um contexto ético, econômico ou erótico. O que nos remete a uma classe de coisas e eventos que dependem diretamente do simbólico para serem consideradas. São diversos objetos, hábitos e capacidades adquiridos pelo homem enquanto membros de uma sociedade. Nós podemos considerar estas coisas e eventos dependentes do simbólico em um variado número de contextos (físicos, químicos, matemáticos, anatômicos, psicológicos, culturais etc) e conseqüentemente eles se tornam fenômenos físicos, químicos, matemáticos, anatômicos, psicológicos, culturais etc.

Quando, portanto, coisas e eventos (dependentes do simbólico) são considerados e interpretados em termos de relações com o organismo humano, isto é, num contexto somático, são chamados de comportamento humano, pertencentes à psicologia. Quando são considerados e interpretados num contexto extra-somático, em termos de

relacionamento com outro organismo, deve ser chamado cultura, e sua ciência *culturologia* (WHITE, 1997, p.100-102).

Então, quando eu considero coisas e eventos relacionados ao meu próprio organismo, minhas sensações, minhas percepções, pensamentos, conceitos e emoções, estou tratando do comportamento humano concernente à esfera psicologia. Quando, por sua vez, eu considero as relações num contexto extra-somático, passo ao âmbito da cultura. Tais análises sobre coisas e eventos dependentes do simbólico dizem respeito diretamente a uma classe de coisas e eventos chamada *palavra*. White (1997, p. 105) apresenta uma interessante distinção feita por lingüistas entre linguagem e fala (*la langue e la parole*).

Neste sentido, cabe destacar que, num contexto somático, as palavras integram uma área do comportamento humano referente a como as palavras são produzidas e pronunciadas, sobre os mecanismos da fala etc. Já num contexto extra-somático, as palavras devem ser consideradas em termos lingüísticos, em relação à sua fonética, sintaxe, gramática, evolução histórica etc. O que leva o autor a concluir que cultura refere-se a um tipo de coisas e eventos, dependentes do simbólico, considerados num contexto extra-somático. Tal definição resgataria a antropologia cultural do campo das abstrações intangíveis, concedendo-lhe um objeto de estudo real, substantivo e observável

E qual seria o *locus* da cultura? Para ele, as coisas e eventos que compreendem a cultura devem sua existência, no tempo e no espaço, tanto aos organismos humanos (conceitos, crenças, emoções e atitudes), quanto aos processos de interação social e aos objetos materiais que produz. A grande vantagem em fazer este tipo de distinção entre contexto somático ou não seria, portanto, poder distinguir claramente cultura de comportamento humano. (WHITE, 1997, p.106-122). Crespi (1997, p. 83) todavia pondera, mais uma vez a respeito do pensamento de Durkheim, que “a cultura é uma dimensão constitutiva da personalidade social dos indivíduos, que se constrói através da interiorização dos modelos e valores funcionais para a manutenção da ordem social”.

E qual instrumento ou instituição alcançaria maior grau de eficiência na execução de tal papel – a interiorização de modelos e valores funcionais - que a imprensa moderna? Sobretudo se a considerarmos em seu perfil mais contemporâneo de entrelaçamento visceral com o entretenimento e a publicidade (ou relações públicas). Surge clara e inconfundível nas páginas dos diários ou revistas nacionais, tanto quanto nos telejornais ou telenovelas, esta função integradora de um produto cultural que

oferece papéis para servir como modelos na construção do ser social idealizado ou do arquétipo que interessa consolidar em seu discurso hegemônico.

A imprensa é apontada como instituição que participa efetivamente das articulações dos discursos que moldam o ambiente social. Ou seja, seria uma espécie de *porta-voz* da consciência coletiva que Durkheim identifica como sistema “formado a partir do conjunto das crenças e dos sentimentos comuns à média dos membros de uma sociedade” (apud CRESPI, 1997, p.82). Cabe, pois, ao *porta-voz* a função de exercer o controle social, apresentando e legitimando as regras de conduta, os valores daquilo que define como maneira de ser coletiva. Na busca por coesão e pelo consenso social, coloca-se como defensor dos interesses comuns, justamente uma das características mais caras ao discurso jornalístico.

Em sua análise, Crespi afirma que falta em Durkheim o reconhecimento da cultura como produto de uma ação social. Ela seria, assim, “como um dado desde sempre adquirido que se impõe aos indivíduos” (CRESPI, 1997, p. 85). Visão em geral atribuída ao discurso jornalístico, igualmente considerado exterior ao indivíduo, autônomo e estruturado com regras de aplicação próprias.

O texto de Crespi (1997, p. 89) destaca também as contribuições do sociólogo americano Talcott Parsons, que buscou uma posição intermediária entre o determinismo positivista e o subjetivismo idealista. Ele reconhece uma autonomia relativa no indivíduo, mas não descarta os condicionamentos culturais. Não abandona, porém, o conceito de sistema, apontando como dimensões distintas a personalidade (âmbito psicológico), a cultura (âmbito antropológico) e o social (âmbito sociológico).

Nestes sistemas conviveriam de maneira inter-relacionada as expectativas pessoais, as orientações culturais e as ações sociais. Em tal quadro teórico, o conceito de papel – que interessa diretamente a esta investigação – refletiria uma interação entre os sistemas de cultura e da personalidade, do ponto de vista social. Diz Crespi (1997, p. 91):

Com efeito, o sistema social, para sobreviver e conservar a ordem que lhe é própria, necessita de que os autores sociais ajam de modo funcional com vistas à sua manutenção e, por conseguinte, o seu agir deve ser orientado com base em modelos que são fornecidos por agentes da cultura

Posição muito próxima dos pressupostos nos quais assento minha definição da função da imprensa no reforço a determinados papéis sociais e modelos de

comportamento, principalmente os estereótipos tão caros aos discursos hegemônicos de relações de poder e de distinção de classe social, perpassados por preconceitos de gênero, sexo e raça.

A narrativa jornalística

Condicionada pelas especificidades que lhe conferem personalidade própria, a narrativa jornalística opera com a atribuição de sentidos e a criação de valores que funcionam como intermediários das relações de poder na sociedade. Mas para lograr atribuir sentido ao discurso é preciso primeiro levar em consideração as condições de sua produção, o seu contexto. A partir daí, será possível identificar seus protagonistas e distinguir o seu objeto. A maneira como dado discurso estabelece sentidos e provoca efeitos depende da relação entre seus sujeitos, seus interlocutores, e aquilo a que se refere, o seu referente. O jornalismo, neste sentido, é um discurso autoritário em seu modo de funcionamento e em sua ideologia, marcada pela pressuposição da verdade e da neutralidade.

De fato, entre outras características reforçadas tanto pelas teorias, manuais de redação e códigos de conduta, quanto pela prática profissional cotidiana, o discurso jornalístico pressupõe o real dos fatos, que sustentam a si próprios, cabendo ao jornalista apenas o trabalho de narrá-los de maneira objetiva. Ou seja, o jornalismo é um discurso do real que almeja ignorar suas infinitas possibilidades de interpretação simbólica, de reelaboração subjetiva, individual, idiossincrática. Seria um discurso neutro, que apenas transmite informação, independentemente dos seus sujeitos. Na prática, porém, isto não acontece: ao narrar fatos e reproduzir testemunhos, o jornalista não consegue simplesmente deixar de hierarquizar, discriminar, dimensionar, organizar, classificar, comparar. De atribuir valores e criar sentidos, portanto. E, desta forma, ele participa da construção social das identidades e de suas relações de poder.

A pesquisadora Maria Amélia Mamede (1996) aborda a questão lembrando que o jornalismo é marcado pela disputa em torno do lugar de contador da verdade. Para ela, a compreensão deste processo encontra-se no próprio discurso e não em determinações externas a ele. Assim, ele deve ser privilegiado “como organização formal da linguagem, ou seja, como agente operador da construção dos seus próprios sistemas de representação” (MAMEDE, 1996, p. 32). A fim de legitimar-se em seu papel de mediador entre outras instituições e o público, o jornalismo impõe a si próprio uma série

de regras, práticas e condutas destinadas a assegurar uma objetividade em seu discurso, ou seja, uma correlação entre o fato e a notícia.

Partindo do pressuposto de que todo discurso é construído à base de outros discursos, Mamede (1996, p. 43) prossegue, afirmando que o jornalístico é justamente aquele que “retrata e cria o lugar do outro”. Ou seja, o jornalismo se apropria, empresta ou *negocia* com outros discursos para a construção de sua própria narrativa, logrando ainda ser reconhecido como agente capaz e legítimo para tal. Ocorre que ele não se limita a acolher tais representações sociais, ele também produz realidade, ao decidir o que será noticiado ou não, ao atribuir maior ou menor importância, maior ou menor destaque (ou mesmo a oportunidade de ser citado) a determinado acontecimento.

Utiliza para tanto de procedimentos como o agendamento da pauta e de uma série de artifícios de edição e diagramação. Por isso, defende, “o jornalismo não é apenas um sistema de classificação, mas primordialmente de tematização e interpretação da realidade” (MAMEDE, 1996, p. 45). O processo de construção do real se dá através da produção de sentido, que utiliza para tanto a atualização e o entrelaçamento de vários regimes discursivos, segundo duas regras próprias.

Para tanto, é necessário formalizar com seus leitores certos contratos de leitura que são instruções e regras pelas quais o campo da produção leva o destinatário a tirar do texto aquilo que ele apenas pressupõe, o que está implícito, o que está subjacente na trama da intertextualidade, onde as diferentes subjetividades se inscrevem e apontam a verdade (MAMEDE, 1996, p. 45)

Neste processo, o receptor não é um agente passivo, pois precisa conhecer as regras do discurso a fim de interpretá-lo. Assim, o discurso jornalístico utiliza-se de referenciais e elementos de outros regimes discursivos, como a literatura, o cinema, o humor, a ciência ou a religião. Há também aquilo que é subtendido como sendo de conhecimento prévio, universal, por parte do leitor, bem como uma série de outros recursos narrativos e figuras de linguagem.

Discurso e relações de poder

A identidade cultural compreende um discurso moldado pelas ideologias que organizam o mundo buscando responder quem ou o que pertence a isto ou a aquilo, dentro de um espectro lingüístico, étnico, religioso, histórico, nacional e de classe social, entre outros. Ao classificar os fenômenos culturais, as identidades determinam o

que está incluído e o que está fora, estabelecendo relações de poder entre *nós* e os *outros*. São, por conseguinte, as ideologias que mediam este processo e determinam o valor e o papel de cada um.

É importante ressaltar, todavia, que a imprensa, ao registrar os fatos cotidianos está reproduzindo não os discursos de historiadores, que possuem lógica, estrutura e métodos próprios, mas sim as versões de cada um dos seus agentes, no momento mesmo da discussão, condicionadas em seu contexto. Uma posterior abordagem histórica é quem vai fornecer os parâmetros necessários à interpretação de tais fatos a partir de sua vinculação com o meio social do qual são produtos. Ou seja, um condiciona e potencializa o outro.

Mas, em ambos os casos, a matéria-prima a ser trabalhada continua sendo a informação, que, no entender de José Marques de Melo (1994, p.17), é “um bem social, um indicador econômico e um instrumento político”. O intelectual baiano Milton Santos (2001, p. 38) afirma a propósito que “um dos traços marcantes do atual período histórico é, pois, o papel verdadeiramente despótico da informação”, ao referir-se ao processo de globalização perverso que identificou plenamente instalado na contemporaneidade.

O direito à informação

Analisando a evolução histórica do direito à informação, Cremilda Medina (1988, p. 18) aponta três fases distintas, situando a primeira, que chamou de autoritária, entre os séculos XVI e XVII, quando “o conhecimento se descobre por esforço mental e os homens diferem entre si quanto à habilidade para empregar os processos mentais”. Neste caso, haveria uma implícita aceitação de que algumas mentes seriam privilegiadas, com direito natural a impor-se sobre outras. Haveria, depois, uma fase libertária, com o pensamento burguês defendendo uma livre concorrência de opinião em um mercado aberto à participação de todos. Por fim, teríamos alcançado (ou deveríamos) uma fase de responsabilidade social que transformaria o direito *de* informação em direito *à* informação, contrariando e contrapondo os pressupostos que norteiam a atual indústria da informação. Para tanto, propõe a observação e o respeito a um código de ética para a atividade.

Por seu turno, o jornalista Eugênio Bucci (2000) destaca que, para esta discussão, é muito importante não confundir ética com etiqueta, num processo bastante

complexo que envolve mecanismos de controle da informação, o estabelecimento de limites para o poder dos veículos de comunicação e a prática profissional dos jornalistas. Segundo ele, “onde a etiqueta cala, a ética pergunta” (BUCCI, 2000, p. 11). Neste sentido, fato que não pode ser ignorado é a intensificação do monopólio da informação ao ponto de termos, atualmente, nos Estados Unidos da América, apenas sete grupos empresariais comandando todo o poderoso cenário da mídia: Time Warner, Walt Disney, Bertelsmann, Viacom, News Corp, Seagran e Sony.

Bucci (2000, p. 26) situa a discussão nos paradigmas do pensamento liberal, de onde brotaria a promessa da liberdade de imprensa, afirmando que “o desafio da reflexão contemporânea sobre jornalismo é examinar os limites que o liberalismo enfrenta para realizar na prática a sua promessa”. Questiona se, no caso brasileiro especificamente, muitas vezes os interesses da empresa não terminam se sobrepondo aos preceitos do direito à informação. Cabe ainda lembrar que jornalismo não é defesa da verdade, até mesmo porque não há como falar de uma verdade, mas sim de várias e incontáveis verdades individuais subjetivas. Haverá sempre que se perguntar, portanto, de qual verdade estamos tratando. A imprensa relata fatos e apenas alguns deles.

Então, para falar de objetividade, não bastaria *ouvir os dois lados* (um dos preceitos nos quais se arvora o jornalismo para promulgar sua imparcialidade profissional) de uma questão, principalmente quando levamos em consideração que a imprensa costuma com frequência dar maior atenção a quem grita mais alto, ou seja, àquelas fontes mais articuladas, mais poderosas ou mais hábeis na divulgação de suas versões dos fatos. Desse modo, um conjunto de fatos objetivos, de relatos precisos e coerentes com a realidade observada, não vai representar necessariamente a verdade, vai ser sempre apenas *uma* verdade das tantas possíveis.

Ao tratar das características da notícia, Medina (1988, p.20) lembra que o acontecimento, o fato cotidiano, é substantivo, mas precisa ser transformado em relato, antes de ser consumido como notícia. Torna-se mensagem e flui através dos sentidos, que são eminentemente subjetivos. A solução, para ela, é lançarmos mão de alguns cuidados técnicos nesta tarefa, embora a escolha daquilo que vai se transformar em notícia seja sempre feita pelo veículo de comunicação, ele próprio sujeito a toda uma série de limitações e imposições típicas de qualquer empresa obrigada a concorrer no mercado capitalista. Nesta delicada equação, entram ainda os gostos e preferências do público, aquilo que interessa ao consumidor e que geralmente é interpretado como sua *livre escolha*.

Para Felipe Pena (2005, p. 51), em razão da natureza subjetiva de qualquer profissional de imprensa, toda a ênfase na busca pela objetividade deveria ser dada à metodologia de trabalho nas redações, já que para ele “o método é que deveria ser objetivo, não o jornalista”. Observa que no jornalismo atual há muita confusão entre notícia (informação) e opinião. Até mesmo o uso corriqueiro da estatística para balizar objetividade deve passar por um crivo crítico que leve em consideração a sua origem, métodos de elaboração e objetivos confessos ou não.

A questão vai sempre requerer cuidados redobrados, pois em geral o que se convencionou denominar como objetividade jornalística está impregnada - embora seja possível esconder satisfatoriamente da maioria dos seus consumidores - por todo um arcabouço ideológico que tem como objetivo manipular, confundir e fragmentar a informação em benefício dos extratos sociais que representa.

Neste sentido, é preciso acrescentar que a narrativa jornalística é uma forma de discurso institucional, pois o jornalismo é uma instituição. E seu discurso vai refletir necessariamente as relações que ocorrem em sua ordem social, em sua ideologia. Em última análise, é esta ideologia que vai orientar a (re)construção da realidade e a (re)configuração de sua identidade cultural. Para conhecer uma, é preciso entender a outra. Por isso, é próprio do discurso jornalístico estabelecer como verdade universal os valores e princípios que dão sustentação ao pensamento liberal.

Identidade e estigma

A imprensa teve – e certamente mantém até os dias atuais - um papel de grande relevância para a construção de uma identidade nacional, uma vez que o estabelecimento de um projeto de nação moderna passa incontornavelmente pela afirmação da língua vernácula, o que se dá através da educação e da literatura ou da música, mas igualmente do jornalismo, que ainda se responsabiliza pela difusão e a legitimação de lideranças políticas e vultos históricos, intelectuais e artistas, identidades e estigmas. Difusão que ocorre em meio a um processo muitas vezes autoritário, geralmente imposto por um regime de pautas que não diz respeito necessariamente aos interesses públicos, mas sim aos da própria instituição.

A propósito das questões relativas à identidade, a pesquisadora Ana Carla Fonseca Reis (2007, p. 154) diz que ela “é a base e a essência de quem somos nós. É aquilo que nos faz reconhecer a nós mesmos no espelho e através dos olhos dos outros”.

Neste sentido, lembra ainda que a Coroa portuguesa se esforçou em não permitir no Brasil Colônia quaisquer iniciativas que possibilitasse a criação ou o reforço de referências que valorizassem a cultura local. Mas ressalta que “algumas manifestações culturais, como se sabe, conseguiram sobreviver e hoje são parte integrante de nossas identidade cultural” (REIS, 2007, p. 155). Seria para ela o caso da capoeira e do sincretismo dos orixás, da umbanda e do candomblé com os santos da Igreja católica.

Contudo, ao avaliar o papel atribuído ao afrodescendente no processo histórico de formação da sociedade baiana, o professor Fernando Conceição (2006, p.61) afirma que “foi no campo do trabalho – e não no da cultura – que o negro mais desempenhou sua função de base na construção do Estado brasileiro”. Lembra que foi na Bahia onde aconteceram algumas das mais significativas e sangrentas rebeliões de escravos, como a Revolta dos Malês, em 1835, mas cita também outras formas de organização política engendradas como forma de resistência. Os terreiros de candomblé, as irmandades religiosas e as associações semi-secretas que compravam indultos e alforrias são algumas delas.

Provavelmente, as mais famosas destas entidades são a Sociedade Protetora dos Desvalidos, fundada em 1832 e que segue em funcionamento até hoje, instalada no centro histórico de Salvador, e a Irmandade da Boa Morte, criada na cidade de Cachoeira também no início dos século XIX. São consideradas semi-secretas porque apesar de não serem reconhecidas ou autorizadas a funcionar por parte dos poderes estabelecidos, foram toleradas em razão de seu perfil aparentemente assistencialista. Em verdade, tratava-se de organizações estruturadas e com objetivos bem definidos, cumprindo uma função social de grande relevância, sobretudo para os afrodescendentes deixados à própria sorte após o esgotamento do modelo escravocrata.

Ocorre, todavia, que muito dificilmente lograram merecer espaço na imprensa da época ou tampouco depois, salvo a partir do momento em que passaram a atrair o interesse dos segmentos ligados à exploração do turismo, como é atualmente o caso da Irmandade da Boa Morte. Outra questão de suma importância é estabelecer como esta imprensa, empenhada que estava em consolidar os ideais liberais tão em voga (liberdade, igualdade e fraternidade), tratou o negro ante às questões de foro nacionalista, republicano e positivista. Teria sido a ele atribuído o mesmo papel que hoje tanto interessa ao turismo? Conceição (2006, p.63) afirma, a propósito, que

na Bahia de conflitos raciais não admitidos publicamente nos círculos de poder até o presente, a imagem do negro tem sido eternamente

arquetipada, folclorizada: ele é um bem cultural e, como tal, pode ser posto e disposto, maltratado e preservado.

A mesma lógica certamente pode ser aplicada quando se busca mensurar a contribuição da imprensa no engendramento e na consolidação de outros mitos e arquétipos correlatos, paralelos ou entrecruzados, a exemplo da preguiça baiana, da intensidade dos dotes sensuais e sexuais da mulata (este termo, por si, já tão profundamente preconceituoso ao remeter à idéia de cruzamento entre espécies, como ocorre entre eqüinos) ou ainda a docilidade e passividade do cordial cidadão destas terras obviamente abençoadas por Deus. Cada um destes temas é medida certa para valiosas discussões e renderão, certamente, material para muita pesquisa futura.

Referências:

BUCCI, Eugênio. **Sobre ética e imprensa**. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

CONCEIÇÃO, Fernando. Cultura como alienação. In: **Revista da USP**, São Paulo, n.69, p.60-71, mar/maio, 2006.

CRESPI, Franco. **Manual de sociologia da cultura**. Lisboa: Editorial Estampa, 1997.

GARDNER, Don. Durkheim on culture. In: AUSTIN-BROOS, Daniel (org.). **Creating culture**. Sydney/London: Allen & Unwin, 1987.

MAMEDE, Maria Amélia. **A construção do Nordeste pela mídia**. Fortaleza: [s.n.], 1996.

MEDINA, Cremilda. **Notícia, um produto à venda**. São Paulo: Summus, 1998.

PENA, Felipe. **Teoria do jornalismo**. São Paulo: Contexto, 2005.

REIS, Ana Carla Fonseca. **Economia da cultura e desenvolvimento sustentável: o caleidoscópio da cultura**. Barueri: Manole, 2007.

SANTOS, Milton. **Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal**. 6. ed. Rio de Janeiro: Record, 2001.

STURMER, John von. Claude Levi-Strauss. In: AUSTIN-BROOS, Daniel (org.). **Creating culture**. Sydney/London: Allen & Unwin, 1987.

WHITE, Leslie. The concept of culture. In: FREILICH Morris (ed.). **The meaning of culture**. Lexington/Toronto: Xerox College Publishing, 1972.