

A NEGATIVIDADE NA CULTURA JORNALÍSTICA¹

NEGATIVITY IN JOURNALISTIC CULTURE

Gesner Duarte Pádua²

Resumo

A produção jornalística de referência apresentam-se cada vez mais saturada pela negatividade. Enquanto um poderoso valor-notícia, ela se manifesta em temas recorrentes como crimes, morte, conflitos, violência, desastres naturais, desemprego, acidentes, escândalos e corrupção. Este trabalho aborda a forte presença do negativo nos textos jornalísticos, tomados em sentido semiótico, buscando compreender este fenômeno a partir da sua estreita vinculação com o macrosistema da cultura, ou seja, pensando na cultura como ambiente que produz e que também é produzido pelo jornalismo. Para o recorte aqui selecionado, faz-se uma discussão bibliográfica baseada na perspectiva transdisciplinar e complexa da Semiótica da Cultura e nas teorias da Comunicação e do Jornalismo.

Palavras-chave: Negatividade. Cultura jornalística. Semiótica da Cultura.

Abstract

This article proposes a reflection about the strong presence of negativity in journalistic texts, taken in a semiotic sense, seeking to understand it from its link with the macrosystem of culture. We have today a media environment saturated with productions dominated by negativity as news value, which is manifested, for example, in subjects such as crime, conflict, violence, natural disasters, unemployment, accidents, scandals and corruption. For the clipping here selected, a bibliographical discussion based on the transdisciplinary and complex perspective of the Semiotics of Culture and the theories of Communication and Journalism is made.

Keywords: Negativity. Journalistic culture. Semiotics of Culture.

Introdução

No turbilhão incessante de sons, letras e principalmente imagens que excita a realidade construída diariamente pela imprensa, uma preocupação se instala entre estudiosos e profissionais da área em relação à incidência cada vez mais aguda da negatividade no chamado “jornalismo de referência”, produzido por grandes veículos que dispõem de alcance e credibilidade junto ao público (Amaral, 2004). É o fenômeno do “jornalismo vale de

¹Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho Imaginário e Vínculos, do VI ComCult, Universidade Paulista, Campus Paraíso, São Paulo – Brasil, 08 a 09 de novembro de 2018.

² Doutorando e Mestre em Comunicação e Semiótica (PUC-SP), Professor do Curso de Jornalismo da Universidade Federal de Mato Grosso- UFMT/CUA, Email: gesnerduarte@hotmail.com

lágrimas”, assim denominado por Venício Lima (2014) em referência ao *valle lacrimarum* da passagem bíblica: “um mundo pleno de misérias e obstáculos”, o próprio lugar de tudo o que é negativo. Para Alberto Villas (2015), na lógica cultural que domina o processo de criação jornalística atualmente, notícia boa não interessa: “[...] é preciso valorizar a falência, bombar os números negativos, ver o lado ruim das coisas”. Gera-se assim um ambiente profissional e cultural saturado de produções midiáticas dominadas intensamente pela negatividade.

A noção de um jornalismo onde a negatividade tem exagerada relevância não é exatamente nova, especialmente considerando o costumeiro apelo aos *fait divers*, temáticas da violência, da morte, dos escândalos, dos acidentes, intensamente mostrados como acontecimentos triviais, com importância circunstancial, segundo Amaral (2006). Em suas considerações sobre o “jornalismo vale de lágrimas”, Venício Lima e outros críticos desse padrão não estão, portanto, a inventar a roda. Entretanto, o que parece um fenômeno importante e relativamente novo, como Lima chama a atenção, é a presença cada vez mais insidiosa, transbordante, desse tipo de característica nos veículos de referência, chamados também veículos “sérios”, “tradicionais” ou “grande mídia”. Ou seja, o que era tradicionalmente mais circunscrito ao jornalismo popularesco, atualmente avança de forma rápida e predatória sobre outras searas, causando um efeito de “tabloidização” da imprensa mais séria e profissional como observa McQuail (2003). Basta uma espiada nos principais jornais, sites e telejornais do País para se constatar claramente- e com certo horror- esse fenômeno.

Considerando o questionamento de Luhman (2005, p. 130), “Que descrição da realidade produzem os meios de comunicação?”, poderíamos perguntar: em que medida a negatividade estaria presente hoje na cultura jornalística, considerando que essa atividade profissional ocupa um importante lugar de referência em matéria de conhecimento da realidade para o grande público? Que imagens, que sentidos sobre o mundo são construídos por intermédio desses veículos, especificamente em um contexto saturado pela negatividade como valor-notícia, fenômeno esse que denomino de uma “hiperprodução semiótica da negatividade”?

Essas são indagações desafiadoras sobre as quais reflito em minha pesquisa de doutoramento no programa de Comunicação e Semiótica da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. Entretanto, antes de enfrenta-las, é importante compreender a questão a partir de uma perspectiva cultural de fundo, ou seja, de reconhecer o profundo vínculo entre o

subsistema da cultura profissional jornalística, do qual os jornais, telejornais e outros produtos são frutos, e o macrossistema da cultura humana, de procurar realizar “uma arqueologia do trabalho jornalístico” como diz Baitello Junior (1997, p. 75). Nesse sentido, em consonância com Vicente Romano, Baitello Junior defende uma visão mais complexa dos processos comunicacionais, necessária para responder ao desafio de compreensão desse “universo de informações em explosão”:

[...] um pensamento processual que não ignore os vínculos de sentido, uma perspectiva mais ampla e histórica que pergunte ao mesmo tempo pelas raízes e pelas projeções prospectivas sociais, políticas, culturais e psicológicas dos fatos da comunicação, que busque na arqueologia da comunicação suas possíveis projeções futuras e não esqueça, nas incursões prospectivas dos vínculos históricos mais profundos, nos quais se plasmam as bases da cultura e de onde provém a seiva do sentido [...]. (Baitello Jr., 2014, p. 105).

Este artigo presta-se, dentro de um recorte necessário, a realizar uma reflexão preliminar sobre esse vínculo entre a cultura jornalística e seu produtos e o macrossistema da cultura, baseada nas investigações iniciais da minha pesquisa de doutorado, entendendo aqui que o tema não se esgota facilmente e a necessidade de estudos mais aprofundados a fim de ampliar a compreensão sobre esse fenômeno.

Jornalismo como texto da cultura

Ainda que um pouco genérico e simples, mas na ausência de uma elaboração teórica mais sofisticada, o conceito de negatividade noticiosa pode ser explicitado na definição de Jack Haskins como sendo “informações sobre eventos, objetos ou outros referentes que, são, em geral, considerados desagradáveis ou prejudiciais” (como citado em Bohle, 1986, p. 789, tradução minha). Incluem-se nessa categoria, por exemplo, temas como crimes, conflitos, violência, desastres naturais, desemprego, acidentes, escândalos e corrupção que se apresentam como valores-notícia, que são qualidades dos acontecimentos tipificadas e percebidas pelos jornalistas como referências rápidas e quase automáticas na hora de decidir o que pode virar notícia (Wolf, 2001, p.197). O julgamento sobre o potencial de noticiabilidade de um fato passa pelos valores-notícia, que são como “óculos” que os jornalistas usam para

ver o mundo e para construí-lo, como diz Traquina (2013, p. 91), apropriando-se da metáfora das “lentes”, de Bourdieu.

Entre os valores-notícia dominantes na cultura jornalística está a negatividade (ou “negativo” e “negativismo”, termos usados também como sinônimos), presente na avaliação dos profissionais ao longo de todo o processo de produção noticiosa, desde a seleção dos acontecimentos até a construção dos enquadramentos (Traquina, 2013). Wolf chega a vincular essa forte presença a uma “ideologia da informação” baseada na história dos sistemas informativos e do jornalismo (2001, pp. 206-207).

A relevância da negatividade enquanto valor-notícia é apontada enfaticamente por Galtung e Ruge (1965) em um exaustivo trabalho considerado inaugurador dos estudos acadêmicos de noticiabilidade: *The structure of foreign news*. No estudo, que influenciou as gerações posteriores de profissionais da imprensa e importantes pesquisadores como Traquina e Wolf, Galtung e Ruge chamam a atenção para a presença de aspectos culturais nos valores-notícia ao afirmarem que “também existem fatores ligados à cultura que influenciam a conversão de eventos em notícias” (p. 69), sendo a negatividade um dos quatro mais importantes: “Quanto mais negativo o evento é, em suas consequências, mais provável que ele se torne notícia” (p. 68). Nessa mesma linha, Cruz (2007) também conclui que a negatividade nos produtos jornalísticos está ligada a valores culturais e ideológicos de uma dada época, ou seja, atesta a vinculação entre os valores-notícia negativos da cultura jornalística e o contexto sociocultural mais amplo.

Charaudeau (2007, p. 92) afirma que ao utilizar-se da emoção, o telejornal assim o faz baseando-se nos apelos emocionais prevalentes em cada comunidade sociocultural e nas crenças que nela circulam. Ampliando essa percepção para além da especificidade dos efeitos patêmicos, mas observando também as escolhas temáticas e o tratamento editorial, em sentido mais amplo, adotados pelos veículos jornalísticos, é impossível pensar o jornalismo, suas práticas, valores e produtos senão inseridos no amplo e complexo macrossistema da cultura, entendida no âmbito da Semiótica da Cultura como “O conjunto de informações não hereditárias, que as diversas coletividades da sociedade humana acumulam, conservam e transmitem” (Lotman, 2010, p. 31). Para Morin (1988, p. 10), cultura é um “patrimônio colectivo de saberes (saber fazer, normas, regras organizacionais, etc.)” que “só tem sentido porque as gerações morrem e é constantemente preciso transmiti-la às novas gerações.” A essa definição, o semioticista Ivan Bystrina acrescenta: “[...] entendemos por cultura todo

aquele conjunto de atividades que ultrapassa a mera finalidade de preservar a sobrevivência material.” (2009, p. 4).

Em concordância com Morin e Lotman em relação à concepção de cultura como preservação e transmissão de uma memória coletiva não hereditária, Bystrina concebe a cultura como um universo de sentidos, um universo simbólico, do âmbito do imaginário humano, que ele denomina de “segunda realidade”³, guardando semelhança com o que Lotman chamou de “semiosfera” e Morin de “segunda existência” (Baitello Jr., 1997, p. 37).

Em sentido semiótico, que se afina com as concepções de Morin (2000), o conceito de cultura adquire uma natureza sistêmica, podendo ser compreendido como um macrossistema semiótico formado por outros subsistemas codificados, como mitos, religião, artes, literatura, direito, cinema, televisão, jornalismo etc. “A cultura é o macrossistema comunicativo que perpassa todas as manifestações e como tal deve ser compreendido para que possam compreender assim as manifestações culturais individualizadas”, explica Baitello Junior (1997, pp. 18-19). É um universo simbólico constituído pelo

[...] conjunto de informações geradas e acumuladas pelo homem ao longo dos milênios, por meio de sua capacidade imaginativa, ou seja, de narrativizar aquilo que não está explicitamente encadeado, capacidade de inventar relações, de criar textos [...]. (Baitello Jr., 1997, pp. 37-38).

Esses textos criados pelo homem em sua capacidade imaginativa são entendidos pela Semiótica da Cultura como complexos de signos, como mensagens em diferentes linguagens, que se constituem em “um todo de sentido” (Bystrina, 2009, p. 3), ou ainda como um “tecido de significados”, um sistema altamente complexo, dotado de historicidade e não desvinculado de um contexto maior- o contexto da vida-, que é a unidade mínima da cultura, sua unidade de base (e não o signo isolado), conforme Baitello Junior⁴.

Segundo Bystrina (2009), os textos são formados por variados códigos e estão relacionados dinamicamente a outros textos e códigos da cultura. O autor os classifica em três tipos que podem exercer funções muitas vezes simultâneas: 1- instrumentais- com finalidade pragmática; 2- racionais-lógicos e 3- criativos e imaginativos, como os mitos, crenças,

³ O termo “segunda realidade”, referindo-se ao domínio do simbólico, é usado em relação ao termo “primeira realidade”, que é o mundo físico. A segunda realidade, produzida pelo homem, é a “[...] a realidade criada pelo seu imaginário e pela sua capacidade de criar símbolos [...]” (Baitello Jr., 1997, p. 101).

⁴ Informação obtida em aula da disciplina Teorias da complexidade na comunicação, Programa de Pós-graduação em Comunicação e Semiótica da PUC-SP, 08 março 2018.

imagens, jogos, obras de arte, ritos etc. Porém, observa o semioticista, são os textos criativo-imaginativos que ocupam o lugar central da cultura humana.

Nessa perspectiva, podemos considerar também o jornalismo como texto cultural criativo-imaginativo. Compreender o jornalismo, seus produtos e os fenômenos a eles associados, como a negatividade, que possuem uma natureza discursiva e intersubjetiva, implica, portanto, considera-los em sua dimensão comunicativa e semiótica e em sua relação indissociável com o macrossistema da cultura.

Justamente com todos os outros tipos de produtores de textos culturais, o sistema de transmissão de notícias não é outra coisa senão o resultado de um desenvolvimento daqueles mecanismos e procedimentos culturais de textualização. Lá onde a complexidade do acontecimento em seu presente dificulta ou impossibilita a compreensão, o homem lança mão de processos codificadores que, por sua vez, se compõem de procedimentos desenvolvidos ao longo da história cultural do próprio homem. (Baitello Jr., 1997, p. 80).

Negatividade e cultura jornalística

Os textos culturais estão no cerne das preocupações da Semiótica da Cultura, pois oferecem ao homem a possibilidade de entender a sua própria natureza histórica. Como essa disciplina se preocupa em compreender as raízes dos processos comunicativos e culturais (Baitello Jr., 1999), é exatamente a isso que Bystrina se dedica. A começar pela explicação sobre a origem e a estrutura codificada dos textos culturais. Eles surgem, segundo o autor, no âmbito dos códigos que ele denomina de terciários ou culturais⁵, que têm uma estrutura básica invariável em todas as culturas e se relacionam com os primórdios da cultura humana, suas raízes, desde a pré-história.

Primeiramente, a estrutura básica dos códigos culturais foi construída por meio da binariedade, ou seja, das oposições binárias “que dominam com enorme força o pensamento da nossa cultura em particular e o desenvolvimento da cultura em geral” (Bystrina, 2009, p. 8). Segundo o autor, ao perceber um mundo dual (saúde/doença, claro/escuro,

⁵ Na classificação dos códigos feita por Bystrina, existem os primários, que regulam as informações presentes nos organismos biológicos (como o código genético), os secundários, que são os códigos da linguagem, e os terciários, criados pelo homem para superar, simbolicamente, problemas gerados pelos dois primeiros, como por exemplo, o mais importante deles, a morte.

prazer/desprazer, homem/mulher etc.), o homem ancestral passou a criar seu mundo cultural de maneira binária.

Essa estruturação é organizada em polaridades. Cada polo recebe um valor positivo ou negativo. Segundo Bystrina, começamos a perceber essas polaridades a partir das demarcações binárias desde o nosso nascimento, pois elas nos ajudam a balizar nosso comportamento, a tomar decisões. As polaridades são assimétricas, ou seja, o polo marcado ou sinalizado culturalmente como negativo é percebido como mais forte que o positivo. Por isso, o negativo sempre é percebido como mais ameaçador, o que gera mais medo nos homens, representando o risco de sucumbir. Disso, podemos compreender nas estruturas mais profundas da cultura humana a atração que a negatividade exerce e sua presença maciça no jornalismo que é, por sua vez, um produto dessa cultura, que assimila e reflete muitas de suas características primordiais ainda reverberantes na contemporaneidade. Assim, para Baitello Junior,

[...] as dicotomias polarizadoras que ainda hoje operam em nosso universo perceptivo possuem raízes e motivações profundas na história cultural do homem. [...] a comunicação e a cultura humanas, tanto em seu substrato mais profundo e arcaico quanto nos veículos considerados mais modernos da era tecnológica, não dispensam a economia de codificação de base dual. (1997, p. 55).

Bystrina também identifica formas pelas quais os seres humanos tentam superar, simbolicamente, as assimetrias e a força do negativo. São padrões de solução localizados na cultura e nos textos culturais. Nesse sentido, podemos pensar sobre as binariedades presentes nas narrativas jornalísticas, sobre as relações de polarização, assimetria e tentativas de superação da força do negativo nas notícias e/ou na sua estrutura. Por exemplo, em consonância com o que aponta Bystrina sobre a superação das assimetrias, Van Dijk (1990, p. 179) observa que, em relação ao valor-notícia negatividade, “Histórias sobre problemas, conflitos ou desastres também exigem finais felizes. [...]. Notícias negativas sem elementos positivos de qualquer tipo podem ser muito difíceis de digerir”.

O conceito de cultura está, do ponto de vista semiótico, intimamente ligado ao de “noosfera”, que Morin (2011) concebe para designar o mundo das ideias, crenças, valores, ideologias, ciências, símbolos, sonhos, mitos, deuses, ritos, ou seja, o imaginário, o domínio altamente complexo dos “seres de espírito”, construções da mente, da consciência humana,

que nascem, desenvolvem-se, transformam-se, morrem e/ou reciclam-se⁶. São seres que não possuem corporeidade sensível, material, entretanto, eles existem objetivamente, possuem efetivamente uma realidade objetiva enquanto seres abstratos, noológicos:

Corporizam-se através das imagens, dos sinais, dos pensamentos, exprimem-se por palavras, conceitos, símbolos, exigem uma armadura lógica e uma linguagem que liguem imagens, sinais, pensamentos, palavras, conceitos, símbolos. (Fortin, 2007, p. 110).

Segundo Fortin, o termo “espírito”, constantemente usado por Morin, especialmente na conjugação “espírito/cérebro” para se referir à instância produtora da noosfera, designa a atividade mental, o pensamento humano: Morin “[...] concebe o espírito como um *mind*, ‘inteligência própria’ do ser humano relativamente à inteligência animal.” (Fortin, 2007, p. 158).

É esta inteligência que ao elevar-se ao nível do pensamento e da consciência vai transformar por completo o mundo humano e social, apropriando-se do corpo (feito Eros) da afetividade, da emoção, da paixão, para se propulsar no imaginário, no mito, na procura, na exploração, na interrogação e, através do corpo, no sexo, na afetividade, na emoção, na paixão, descobrir o prazer, o sofrimento, a incerteza, a carência, a angústia, o êxtase, a volúpia... a vida, a morte... (Fortin, 2007, p. 158).

Os “seres de espírito” são criaturas que chegam a adquirir, muitas vezes, uma força excepcional, incrível autonomia capaz de dominar o próprio homem. “As ideias de uma época podem nos envenenar ou nos salvar”, explica Baitello Junior.⁷ Nas palavras de Jacques Monod, “Devemos considerar o universo das ideias, ideologias, mitos, deuses, saídos dos nossos cérebros como ‘existentes’, seres objetivos dotados de um poder de auto-organização e de auto-reprodução.” (como citado em Fortin, 2007, p. 109).

Para Morin (2011), a noosfera é inseparável da biosfera, do mundo da vida, da natureza e do cérebro humano que lhe propicia um suporte de processos físicos e químicos. Ela está englobada pela biosfera. Também é inseparável da psicosfera e da esfera social e

⁶ Baitello Junior considera que o conceito de “noosfera” é um entendimento mais recente de Morin em relação ao conceito de “segunda existência”, formulado anteriormente. Também o considera equivalente ao de “segunda realidade”, de Bystrina, e de “semiosfera” de Lotman, todos remetendo à ideia de “cultura”. Informação obtida em aula da disciplina Teorias da complexidade na comunicação, Programa de Pós-graduação em Comunicação e Semiótica da PUC-SP, 08 março 2018.

⁷ Informação obtida em aula da disciplina Teorias da complexidade na comunicação, Programa de Pós-graduação em Comunicação e Semiótica da PUC-SP, 23 de fev. 2018.

cultural (sociosfera) que compõem, junto com a noosfera, a antroposfera. A existência dos seres noológicos é ao mesmo tempo dependente e autônoma a essas esferas, estando elas em uma dinâmica recursiva e retroativa. Ou seja, a noosfera é, simultaneamente, produtora e produto, age e sofre a ação dessas outras duas esferas.

Vale dizer, pois, que o mundo dos “seres de espírito”, ou seja, do imaginário, produz e ao mesmo tempo é produzido pela cultura: “O ambiente cria o produto e o produto cria o ambiente”, diz Baitello Junior.⁸ Ainda, conforme Fortin (2007, p. 159), “O espírito é uma emergência da dialógica entre o cérebro e a cultura, que retroage sobre o cérebro e sobre a cultura”. Nas palavras de Morin (2011, p. 141), a noosfera é “Oriunda das próprias interações que tecem a cultura de uma sociedade” e tem nessas culturas o seu substrato e produto.

[...] a cultura, produzida pelas interações entre espíritos-cérebros, contém a linguagem, o saber, as regras lógicas e paradigmáticas que permitirão aos mitos, deuses, ideias, doutrinas, atingirem realmente o ser. Esses, uma vez formados, sugam substância, organização, vida, na psicosfera e na sociosfera. [...] os seres de espírito regeneram-se, constantemente, nas fontes que os geraram. Mas são eles mesmos necessários à regeneração da psicosfera e da sociosfera. Um anel rotativo recria-se constantemente, onde cada uma das suas instâncias é necessária à geração/regeneração das outras e onde cada uma é, ao mesmo tempo, produto e produtor. (Morin, 2011, p. 152).

Ao refletir sobre a noosfera, Fortin (2007, p. 157) afirma que “A cultura está em cada indivíduo e imprime profundamente a sua marca desde o nascimento combinando-a com a hereditariedade biológica que ela reprime, inibe e favorece ao mesmo tempo.” Dessa maneira, prossegue o autor, “Cada cultura exerce seus efeitos sobre o desenvolvimento do indivíduo e, alimentando uma prodigiosa noosfera povoada de crenças, de ideias, de mitos, ela condiciona o desenvolvimento das sociedades.” Segundo Baitello Junior, “O nosso olhar é fabricado pelo nosso tempo. Nós vemos as coisas do jeito que o nosso tempo quer que nós as vejamos.”⁹

De acordo com Morin (2011), há diferentes noosferas para diferentes culturas, entretanto, é possível pensar também nelas juntas formando uma “noosfera planetária”, assim como podemos pensar em uma cultura humana que guarda inúmeros pontos nodais,

⁸ Informação obtida em aula da disciplina Teorias da complexidade na comunicação, Programa de Pós-graduação em Comunicação e Semiótica da PUC-SP, 23 de fev. 2018.

⁹ Informação obtida em aula da disciplina Teorias da complexidade na comunicação, Programa de Pós-graduação em Comunicação e Semiótica da PUC-SP, 23 de fev. 2018.

elementos em comum, especialmente os mais radiculares, ancestrais, a despeito das diferenças entre as diversas culturas existentes na Terra.

Os conceitos de noosfera e cultura também chegam, inclusive, a englobar um ao outro tamanho o amalgame que os une e a sutileza dos seus limiares:

As representações, símbolos, mitos, ideias são englobados, ao mesmo tempo, pelas noções de cultura e noosfera. Do ponto de vista da cultura, constituem a sua memória, os seus saberes, os seus programas, as suas crenças, os seus valores, as suas normas. Do ponto de vista da noosfera, são entidades feitas de substância espiritual e dotadas de certa existência. (Morin, 2011, p. 141).

Na compreensão do porquê a negatividade ser tão arraigada à cultura jornalística e ao macrossistema da cultura humana, é enriquecedor olhá-la sob a perspectiva do conceito de noosfera. É no domínio noosférico, ou seja, do imaginário, das crenças, dos valores, dos mitos, dos deuses, dos ritos, das ideias, dos seres que habitam a galáxia da mente humana, que a negatividade nasce, se alimenta e se reproduz. Morin lembra que vivemos em um mundo de signos, símbolos e ideias responsáveis pela mediação dos homens entre si, com o mundo e com a sociedade. Nesse sentido, a noosfera “envolve-nos como uma atmosfera propriamente antropossocial” (Morin, 2011, p. 142).

[...] a noosfera está presente em toda visão, concepção, transação entre cada sujeito humano com o mundo exterior, com os outros sujeitos humanos e, enfim, consigo mesmo. [...] 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 às nossas vidas sociais. Os símbolos, ideias, mitos, criaram um universo *onde nossos espíritos habitam*. (Morin, 2011, p. 142, grifos do autor).

É esclarecedor, pois, compreender a negatividade enquanto valor-notícia como um ser noológico poderoso, objetivo, real, que atravessa e contamina diversas manifestações da vida humana em sociedade, como nas relações comunicacionais mediadas pela imprensa e nos seus produtos, ou seja, nos seus textos, que são, ao mesmo tempo, produtores e produtos da cultura e de imaginários como aqueles infiltrados pela negatividade, que vive no dia a dia do noticiário.

Os seres de espírito multiplicam-se através de mil redes de comunicação humana, via discursos, educação, doutrinação, palavra, escrita, imagem. O poder duplicar/multiplicador da imprensa, do filme, da televisão, aumentou e continua a aumentar o potencial reprodutor dos seres de espírito e dos seus componentes; (Morin, 2011, p. 156).

Sousa (1998) faz diversos apontamentos a respeito da tendência de “desvio para a negatividade” na produção jornalística, os quais podemos relacionar ao horizonte da noosfera e, portanto, ao modo de ser e viver dos humanos, em aspectos primordiais localizados no macrossistema cultural. O autor baseia-se em estudos dos campos da psiquiatria e neurobiologia para inferir que a negatividade atrai mais a atenção das pessoas e possibilita uma gratificação psicológica mais rápida após o consumo de notícias. Nesse sentido, aponta a ideia de Damásio de que o sofrimento e a dor nos dão mais proteção para a sobrevivência. Esses sentimentos propiciam o desenvolvimento de impulsos e instintos de tomada de decisão que nos ajudam a desviar de perigos iminentes: o desvio para a negatividade da imprensa poderia corresponder a um instinto de sobrevivência, portanto.

Outra razão, segundo aponta Sousa (1998, p. 2), a partir de um estudo de Wilbur Schramm, refere-se às recompensas que as pessoas teriam depois de consumir essas notícias: o consumo de notícias negativas promove uma gratificação do receptor mais imediata, porém com menor valor durável que outras de caráter mais positivo, que proporcionariam uma gratificação menos rápida, porém podem dar recompensas posteriores.

A negatividade também é apontada por Van Dijk (1990, p. 88) como “um dos valores informativos fundamentais”, que “desempenha um papel central no processamento da informação cognitiva, emocional e social dos leitores”. O autor elenca algumas hipóteses explicativas para isso. Em primeiro lugar, numa abordagem parecida com a de Damásio, Van Dijk relaciona a negatividade nas notícias ao nosso sistema emocional de autodefesa. Ao nos fascinarmos pelas coisas que podem dar errado, estamos nos preparando para uma ação evasiva ou protetora. “Em termos mais cognitivos podemos dizer que este processamento de informações sobre esses eventos se assemelha a uma simulação geral de possíveis incidentes que podem surgir em nossas vidas diárias.”, diz Van Dijk (1990, pp. 178-179, tradução minha). Outra explicação sugerida é que essa informação para tomada de atitude é um teste de normas e valores socioculturais:

Especialmente quando o desvio de diferentes tipos está envolvido, ele fornece aos membros do grupo informações sobre marginalizados ou párias e aplica um consenso de normas sociais e valores que ajudam a definir e confirmar o próprio grupo.” (Van Dijk, 1990, p. 179, tradução minha).

Van Dijk considera ainda que as informações marcadas pela negatividade em contraposição àquelas sobre situações normais e cotidianas, “oferecem modelos divergentes, que podem ser melhor lembrados e evocados devido ao seu caráter distintivo [...]” e que “Isso permite que os leitores contem histórias sobre esses eventos jornalísticos, uma vez que as histórias diárias também têm essa categoria central de complicações.” (Van Dijk, 1990, p. 179, tradução minha).

Considerações finais

O homem é um “animal simbólico”, já constatava Cassirer, dada a presença fundamental e avassaladora daquilo que escapa ao material no seu universo existencial e na sua percepção da realidade. É um ser cultural, que conjuga ao mundo físico, biológico e psíquico uma constelação de “seres de espírito” que habitam uma prodigiosa noosfera, como ensina Morin (2011). Um imaginário que, de forma recursiva e retroativa, produz e é produzido pelo homem, produz e é produzido pela vida sociocultural.

Todas as produções humanas que se inserem no âmbito do imaginário, da noosfera, de Morin, ou da segunda realidade, de Bystrina, mitos, crenças, ideias, ideologias, ritos, costumes, valores etc. estão, pois, estreitamente ligadas- contaminadas para sermos mais exatos- pela cultura. São textos culturais, em sentido semiótico, unidades que foram um tecido complexo de significados, um todo de sentido emaranhado, rico, exuberante e altamente especializado como a fina arte da tapeçaria oriental. Incluem-se aí como textos da cultura os produtos jornalísticos, que se constituem nas sociedades atuais em fontes indispensáveis de referência para a vida do *homo sapiens-demens*, na definição de Morin (2007), do homem ao mesmo tempo racional e louco, dominado pela objetividade da vida e pela fantasia. Em muitos momentos, a demência sobrepõe-se, graças à robustez e a autonomia desenvolvida pelo imaginário ao longo de milhares de anos, aprendendo a burlar os mecanismos de defesa da nossa frágil sapiência.

Como textos da cultura, os artefatos noticiosos- e os próprios jornalistas- são produtos e são produtores dela. Estão, portanto, visceralmente ligados ao universo noológico. É a partir dessa perspectiva que devemos compreendê-los como ponto de partida para entender a sua existência e as relações que estabelecem com a nossa vida cotidiana.

Hoje, os produtos jornalísticos (jornais, sites, telejornais, radiojornais) se apresentam altamente perpassados pela negatividade, este ser noológico fascinante e preocupante. O “jornalismo vale de lágrimas” nutre-se dela e colabora para a sua reprodução. Sua origem é arcaica, remonta aos primeiros dias do homem primitivo e, por isso, mesmo devemos compreendê-la olhando em retrospecto para as raízes da cultura humana. O primeiro passo para entender a comunicação jornalística contemporânea, que se ancora, cada vez mais, no substrato da negatividade é, pois, o exercício de compreensão da nossa própria cultura. Realizar, como diz Baitello Junior, um trabalho de “arqueologia da cultura e do jornalismo”, perfurando até onde nossa capacidade alcançar nas camadas desse desafiador complexo noosférico ancestral. Para isso, a Semiótica da Cultura e sua abertura ao multi, ao inter e ao transdisciplinar, ao pensamento complexo, como defende Morin (2011), é uma ferramenta teórico-metodológica utilíssima, pois compreende o homem e seus artefatos, físicos e simbólicos, como crias daquilo que nos torna, ao mesmo tempo, animais simbólicos, *sapiens* e *demens*: a cultura.

Referências

Amaral, M. (2004). Lugares de fala do leitor no Diário Gaúcho. Tese de doutorado em Comunicação e Informação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS, Brasil.

Baitello Jr., N. (1997). O animal que parou os relógios. São Paulo: Annablume.

Baitello Jr., N. (1999). Vítimas de um bombardeio de imagens. E da violência. Entrevista a Marcos Bergato. Jornal da Tarde. São Paulo. Disponível em: http://www.cisc.org.br/portal/jdownloads/BAITELLO%20JUNIOR%20Norval/vtimas_de_um_bombardeio_de_imagens_e_da_violencia.pdf. Acesso em: 10/05/2018.

Baitello Jr., N. (2007). Para que servem as imagens mediáticas? Os ambientes culturais da comunicação, as motivações da iconomania, a cultura da visualidade e suas funções. São Paulo: CISC. Disponível em: http://www.cisc.org.br/portal/jdownloads/BAITELLO%20JUNIOR%20Norval/para_que_servem_as_imagens_mediticas.pdf. Acesso em 10/05/2018.

Baitello Jr., N. (2010). A serpente, a maçã e o holograma: esboços para uma teoria da mídia. São Paulo: Paulus.

Baitello Jr., N. (2014). A era da iconofagia: reflexões sobre a imagem, comunicação, mídia e cultura. São Paulo: Paulus.

Bohle, R. H. (1986, dezembro). Negativism as News Selection Predictor. Journalism & Mass Communication Quarterly. Bowling Green (USA), 63 (4), 789-796.

Bystrina, I. (2009). Tópicos de Semiótica da Cultura. São Paulo: PUC/CISC.

Charaudeau, P. (2007). A patemização na televisão como estratégia de autenticidade. In: Mendes, E.; Machado, I.L. (Org.). As emoções no discurso. Campinas: Mercado Letras.

Cruz, A. C. S. Traço cinza: a negatividade na charge jornalística., Salvador. Anais do Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação da Região Nordeste, Salvador, BA. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/nordeste2007/resumos/R0655-1.pdf>. Acesso em: 04/10/2017.

Fortin, R. (2007). Compreender a complexidade: introdução a O Método de Edgar Morin. Lisboa: Instituto Piaget.

Galtung, J. & Ruge, M. H. (1965). The structure of foreign news. Journal of Peace Research, 2 (1), 6491. Disponível em: <http://www.jstor.org/stable/423011>. Acesso em: 03/05/2018.

Lima, V. (21/01/2014). O vale de lágrimas é aqui. Observatório da imprensa, ed. 782. Disponível em: http://observatoriodaimprensa.com.br/jornal-de-debates/_ed782_o_vale_de_lagrimas_e_aqui/. Acesso em: 05/03/2017.

Lotman, I. M. (2010). Sobre o problema da tipologia da cultura. In: SCHNAIDERMAN, Boris (Org.). Semiótica russa. São Paulo: Perspectiva.

Luhman, N. (2005). A realidade dos meios de comunicação. São Paulo: Paulus.

Machado, I. (2003). Escola de Semiótica: a experiência de Tártu-Moscou para o estudo da cultura. São Paulo: Ateliê editorial.

McQuail, D. (2003). Teoria da comunicação de massas. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.

Morin, E. (1988). O homem e a morte. Lisboa: Publicações Europa-América.

Morin, E. (2000). O paradigma perdido: a natureza humana. Lisboa: publicações Europa-América.

Morin, E. (2011). O método 4: as ideias: habitat, vida, costumes, organização. Porto Alegre: Sulina.

Sousa, P. J (1998). News values nas “fotos do ano” do World Press Photo: 1956-1996. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-pedro-jorge-news-values.pdf>. Acesso em: 23/08/2017.

Traquina, N. (2013). Teorias do jornalismo: a tribo jornalística: uma comunidade interpretativa transnacional. Florianópolis: Insular.

Van Dijk, T. A. (1990). La noticia como discurso: comprensión, estructura y producción de la información. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica.

Villas, A. (20/07/2015). Notícia boa não interessa. Carta Capital. Disponível em: <https://www.cartacapital.com.br/cultura/noticia-bo-a-nao-interessa-5610.html>. Acesso em: 05/10/2017.

Wolf, M. (2001). Teorias da comunicação. Lisboa: Editorial Presença.