

Representações, imaginários e arquétipos míticos no discurso amazônico da imprensa brasileira *

Grace Ane Lauxen Stefanello**

Resumo

Este artigo trata dos principais referentes mitológicos e históricos, do imaginário clássico e medieval, invocados no discurso amazônico da imprensa. Analisa a relação existente entre a mudança do entorno social e a transformação das representações do mundo. O estudo da seleção de acontecimentos públicos, o tratamento cognitivo e expressivo, permite identificar o repertório concreto de visões alternativas do mundo que oferece os mediadores institucionais aos membros da coletividade. Nesta pesquisa nos interessa identificar quais são as representações da Amazônia propostas na imprensa e a que visões do mundo se remete o discurso.

O método utilizado é o de Análise de Conteúdo em notícias referentes a Amazônia, publicadas em dois jornais de referência dominante, o Estado de São Paulo e a Folha de São Paulo, em dois períodos políticos distintos: ditadura e democracia.

Palavras-Chave: representação da Amazônia, arquétipos míticos, estruturas narrativas.

1 Introdução

Os produtos comunicativos, como as notícias da imprensa escrita, são só alguns dos fornecedores da informação que utilizam os receptores nas suas representações. Os M.C.M produzem e difundem bens simbólicos, assim como a família, a Igreja e outras instituições. Por esta característica as funções comunicativas dos meios se desenvolvem em um marco mais geral dos processos de

* O presente trabalho faz parte da tese de doutorado a ser apresentada na Faculdade de Ciências da Informação em fevereiro de 2004

** Bacharel em Comunicação Social pela PUC/RS, doutoranda do programa de Teoria da Comunicação e Metodologia da Pesquisa na Universidade Complutense de Madri, pesquisadora colaboradora do departamento de Sociologia IV da Universidade Complutense de Madri.

mediação social. Estes processos intervêm na elaboração de representações coletivas.

Na construção do discurso amazônico na imprensa brasileira, há um processo de mediação onde o emissor seleciona certos dados sobre esta realidade e certas interpretações para serem publicadas.

Esta pesquisa tem como objetivos principais: identificar que modelos de representações do mundo estão operando na imprensa brasileira nos relatos sobre a Amazônia; analisar a mediação cognitiva que se estabelece entre a produção ininterrupta de novos acontecimentos e a reprodução contínua das normas e valores que cada grupo tem interesse em preservar ou implantar.

Toda mediação está destinada a oferecer segurança, sugerindo que a mudança não afetará a continuidade do grupo. A mediação cognitiva, como toda tarefa mítica, oferece segurança pelo recurso a reiteração de dados de referência familiares no relato do que acontece. As visões ou imagens do mundo que oferecem os meios, podem ser considerados como a expressão de representações coletivas que foram objetivadas num produto comunicativo. Segundo Serrano (1993) os relatos mostram a sua relação com as representações coletivas quando se referem a questões como as vinculadas às relações da comunidade e de seus membros, com a divindade, com a natureza e os outros. Estas narrações, atemporais, funcionam como os mitos, ou são mitos ou contos, canalizados pelo sistema institucional de comunicação.

As representações propostas nos meios devem dar conta tanto dos princípios compartilhados como do universo dos acontecimentos que afrontam a comunidade. O mediador se enfrenta com a tarefa de sugerir uma interpretação, socialmente aceitável, do que acontece, entre o repertório das representações do mundo que possuem o grupo.

Cada tema apresentado pela imprensa põe em relação duas classes de informações, distinguíveis pelas pressuposições implícitas ou explícitas que introduz o mediador (Serrano, 1993, p.152):

- Informação que apresenta-se como pertinente para *identificar* a existência de entidades e/ou descrever seus estados e o que lhes acontece.

- Informação que apresenta-se para *interpretar* a existência de entidades e /ou seus estados e /ou o que lhes acontece

Neste estudo nos interessa analisar, tanto a informação que se apresenta sobre a Amazônia explicitamente, como a que fica sugerida, a informação que invoca um juízo de valor, uma valoração. A pesquisa

tem como referencial teórico o Paradigma da Mediação e a Teoria Social de Comunicação.

2 Objetivos específicos

Entre os objetivos perseguidos nesta pesquisa estão:

- Descobrir as relações entre os esquemas míticos e o discurso da imprensa;
- Identificar os principais mitos associados a Amazônia;
- Averiguar se os produtos comunicativos utilizam um repertório amplo ou reduzido de modelos de estruturas narrativas para dar conta da informação sobre o acontecimento amazônico; se há uma mudança desta visão com a passagem de um regime ditatorial a um democrático.

3 Metodologia

O método utilizado é o de Análise de Conteúdo¹ ou “o estudo das representações do relato, que consiste em identificar a forma em que o mediador realiza o seu trabalho de mitificação quando relaciona a notícia, do que acontece, com as normas e valores sociais” (Serrano, 1993, p.145).

4 Apresentação e análise dos resultados

Nos relatos da imprensa, o mediador produz e reproduz representações relacionadas a realidade Amazônica, onde se propõe uma visão do mundo. Nestes relatos apresentam-se informações, dados, símbolos, que caracterizam, tematizam e organizam o sentido do que é a Amazônia. Representações que contribuirão a configurar a imagem que terão os brasileiros deste território.

4.1. A visão do mundo proposta na imprensa na ditadura

Observamos que a representação da Amazônia na ditadura associa-se com a visão do mundo própria da sociedade burguesa industrial. Ideologia que gerou a ética do progresso, um sistema de valores que valorizava a inovação e acreditava no poder onipotente da tecnologia. Nesta imagem, ou concepção do mundo, havia a crença na expansão ilimitada do homem e uma visão utilitária da natureza.

Comun. Inf., v. 6, n. 1, p.87-98, jan./jun. 2003

As notícias sobre a Amazônia se enquadram nessa visão e o modelo proposto é o de *exploração da natureza*. A Amazônia é vista como uma fonte de recursos ilimitados e emerge como um espaço de separação entre “nós”, a civilização brasileira e os “outros”, os não civilizados ou bárbaros. No imaginário produzido pela imprensa se reproduz o modelo conceitual da dicotomia “civilização-barbárie”, que ocupou um papel central no século XIX. A fronteira Amazônica é percebida como um espaço onde continuamente entram em jogo os conflitos centrais no processo de constituição da nação: a luta entre civilização e barbárie, a tensão entre a cultura e a natureza, o passado e o futuro. Traçar o mapa da pátria brasileira será estabelecer uma identidade nacional civilizada.

4.2. Os mitos associados à Amazônia

O “ethos” de uma cultura está fortemente relacionado ao seu imaginário. O conhecimento simbólico-mitológico se expressa em relatos que conformam o imaginário ou a representação de um determinado coletivo. Quando nos referimos à construção do imaginário Amazônico na imprensa buscamos identificar os principais arquétipos míticos que conformam a representação da Amazônia.

Os esquemas de representação da Amazônia na imprensa evocam as antigas utopias geográficas da conquista da América e os arquétipos da Idade do Ouro. Dois planos da significação podem ser admitidos na leitura. Primeiro, o referente ao *Topos do Espaço Feliz*, relacionado, fundamentalmente, a um cenário idílico com uma natureza maravilhosa, a uma visão idealizada do passado que se converte em verdadeiro tópico nas notícias e que se repete continuamente nas representações da Amazônia. O segundo plano da significação é o referente ao *Topos da Riqueza Fácil* e aos mitos relacionados com o ouro, com as comarcas do ouro.

4.2.1. O topos do espaço feliz ou o “Eu-Topos”

Os mitos e utopias européias que incentivaram a conquista da América se reproduzem na imprensa ditatorial. Os arquétipos do imaginário clássico, como o Paraíso Perdido, a bucólica Arcadia, os reinos da abundância e o tempo feliz da Idade de Ouro, seguem presentes no imaginário amazônico apresentado nos relatos. Nas notí-

cias se observa uma constante, que na sua estrutura subjacente encontra-se a busca do Paraíso Perdido, da Terra Prometida.

Nestas narrações podemos ver o poder simbólico da evocação mitológica. Comparável ao Jardim do Éden, o território amazônico evoca um passado feliz, quando o homem vivia numa época de harmonia e sem sofrimentos. Nessas notícias a Amazônia aparece como um espaço idealizado com características especiais e prodigiosas como riqueza, fertilidade, exuberância, áreas gigantescas de beleza única, um lugar privilegiado pela natureza, um manancial de recursos, um novo jardim reclamado pelo conjunto dos brasileiros. A persistente idéia de uma Amazônia exuberantemente fértil historicamente impulsionou projetos de colonização a grande escala. Para lá vão dirigidas as esperanças individuais e coletivas de melhores oportunidades. O Topos do Lugar Feliz encontra-se na Amazônia. A selva deve ser dominada e explorada para usufruto de todos os brasileiros.

Nesta categoria de relatos analisados, as notícias se relacionam ao relato de Adão e Eva descritos no Gênesis. Slater (1997) denomina essa classe de narrações de “Edênicas”. Segundo ele,

“se referem a apresentação de uma paisagem natural em termos que evocam conscientemente, ou de maneira inconsciente, o relato bíblico do Éden. Idéias que se encontram implícitas no episódio em que Deus concede à humanidade o domínio sobre os peixes do mar, sobre as aves do céu, sobre o gado, e sobre toda a terra e a continuação menciona a separação do homem, respeito a natureza e do seu potencial controle sobre ela”.

A Amazônia é transformada em um território mítico. Os locais míticos, como salienta Baudot (1990, p.44), parecem oferecer aquilo do que carecem os sujeitos incentivados na sua busca. Justamente os sujeitos despossuídos de terras, os marginalizados do nordeste, são os chamados a povoar a Amazônia. A terra amazônica passa a ser representada, no discurso, como uma área de terras abundantes, de terras livres e férteis em contraste com o nordeste árido e latifundiário. Se produz desta forma uma exaltação explícita e hiperbolização do território visando atrair os possíveis conquistadores ou re-conquistadores da Amazônia, como se pode ver nas manchetes abaixo:

- Éden imenso e inesperado território (FSP, 10.01.83)

- Todo o futuro pode estar na Amazônia (ESP, 25.09.83)

- No século 21 a solução para o país (ESP, 25.08.83)
- Um celeiro em busca de ordenação(ESP, 10.01.83)
- Repetição da clássica abertura de fronteiras (ESP, 11.01.83)

Observa-se uma tendência nas notícias de referir-se à Amazônia como um território virgem, sem utilidade imediata, uma região incultivada que deve ser reclamada pela sociedade brasileira. Todavia persiste, em alguns âmbitos temáticos, a concepção da natureza como um recurso ilimitado. A selva aparece como um obstáculo a ser vencido e igualado à identidade do resto do país, para permitir ao homem civilizado o exercício do seu trabalho. Estes tópicos de exploração, progresso e avanço das fronteiras, estão relacionados à visão do mundo da sociedade burguesa industrial em expansão, que operava com o meio natural separado do meio artificial.

Outro elemento importante, que cabe destacar, é o da semelhança das descrições da Amazônia com as das terras míticas e fantásticas. Em reiteradas referências os lugares maravilhosos caracterizavam-se pela dificuldade de acesso, acidentes geográficos que estabeleciam o limite entre o explorado e o inexplorado: bosques, montanhas, etc. (Alvarado, 1998). Muitas vezes eram o cenário onde se desenvolviam as façanhas e aventuras dos deuses, semi-deuses, heróis e exploradores. Projetam-se os desejos de aventuras e as esperanças de felicidade em territórios distantes e misteriosos. Em torno dessa idéia encontramos muitas referências na imprensa com um certo tom épico baseado na exploração de territórios hostis e inexplorados e do enfrentamento com indígenas.

Nas notícias encontramos semelhanças com a estrutura da Eneida: colonos em terras virgens guiados pelo governo e seus representantes. A gesta dos desbravadores ou novos conquistadores: militares, técnicos do governo, garimpeiros, missionários, colonos, etc. representam as façanhas dos heróis civilizadores.

O chamado para povoar a selva é uma oportunidade ideal para recriar a aventura. E os personagens que empreendem esta viagem devem possuir qualidades especiais, principalmente a coragem. Como Prometeu e Ulisses, os novos heróis empreenderão uma viagem cheia de obstáculos que devem ser vencidos, para encontrar e desfrutar do troféu: levar o “fogo” do progresso à Amazônia, e encontrar e cultivar as terras férteis tão desejadas. Aqui identificamos o mito do Paraíso ou Arcadiano, já que os dois se complementam, mas com uma

conotação de busca de um tesouro que é a própria terra e o do que dela se pode obter. Esses mitos são ressuscitados sempre adaptados às necessidades sociais ou governamentais de cada época.

Assim como a viagem mítica descrita na Odisséia, o que se narra é o destino de um indivíduo que luta para encontrar um lugar no mundo, para o além do conhecido, onde não há civilização. Por outro lado o mito de Prometeu mostra como o homem, através da obtenção do fogo, rompe a sua dependência com a divindade e entra num mundo tecnológico diferente. Prometeu instaura a modernidade. Este mito está relacionado com outro mito que é o mito do Progresso, que situa as esperanças de futuro ao desenvolvimento das ciências e das tecnologias.

Encontramos evocações desses mito nos relatos da aventura do civilizador brasileiro na selva enigmática e perigosa. As narrações dessas aventuras são apresentadas como uma Epopéia nacional onde se narram as façanhas heróicas de exaltação nacional.

4.2.2 O Topos da riqueza fácil

O território da abundância material ou de infinitas riquezas da antiguidade clássica reaparece nas notícias sobre a Amazônia; a legendária terra do El Dorado se encontra na Amazônia. Este mito nunca desapareceu por completo e se transforma, se reestrutura e se reproduz na atualidade. O espaço amazônico se erige representando a possibilidade de riqueza fácil, ascensão social e como o lugar onde o mito aculturado cobra atualidade.

O El Dorado reaparece com diversos nomes, mas sempre invocador dos mesmos desejos. Ainsa (1992) enfatiza que o que se busca não é mais o ouro de uma idade de paz e harmonia, mas o “velocino de ouro” buscado por Jasão e os Argonautas: seu ambivalente significado reaparece no cenário paradisíaco Amazônico.

A ambição dos novos argonautas se multiplica diante de cada signo inequívoco do atualizado Velocino de Ouro e as viagens se destinam a encontrá-lo, seja na Serra Pelada, em El Dorado de Carajás, etc. Narrativas bem caracterizadas em que o trágico e o heróico evocam nos brasileiros um sentimento, uma emoção, um forte apelo cognitivo objetivam que cada um dos brasileiros se identifique com o desbravador heróico à mercê dos perigos da selva. O El Dorado está na Amazônia: ouro, níquel, cobre, ferro, pedras preciosas, etc., basta superar as provas, arriscar-se e suportar as dificuldades e o trabalho em encontrar e apoderar-se do “velocino”.

Comun. Inf., v. 6, n. 1, p.87-98, jan./jun. 2003

Na perspectiva de Bloch, citado por Ainsa (1992), a tradição histórica nutre-se da fábula geográfica, das lendas indígenas e dos velhos mitos europeus. Todos eles conformam esta mescla ambígua: o ouro tesouro e o ouro prodígio; o metal e a Idade de Ouro perdida; o real e o ideal sempre confundidos. Os títulos das manchetes expressam esse fascínio que o ouro e os recursos naturais possuem como apelo à aventura:

- Corrida do ouro atrai 4000 em Rondônia (FSP, 21.09.83)
- Amazônia uma tarefa fascinante (ESP, 31.07.83)
- Ouro renderá 8 bilhões (ESP, 28.09.83)
- Gás riqueza ainda maior na Amazônia (ESP, 08.02.83)
- Colonização desafio para corajosos (ESP, 11.01.83)

A Amazônia seguirá sendo vista como um El Dorado em potencial, a utopia seguirá presente no imaginário e só deixará de ser essencial quando o mundo Amazônico estiver “acabado” e conhecido. Enquanto esse processo não se concluir, a Amazônia e outros territórios desconhecidos se constituirão em novos espaços para a conquista e seguirão sendo projetadas as ilusões e esperanças do “homo utopicus universal” (Ainsa, 1992).

É interessante observar que as estruturas narrativas dos relatos dos meios e dos mitos às vezes são as mesmas. No caso dos heróis arquetípicos essa relação se dá na imprensa principalmente relacionada com a aventura de conquistar e povoar a selva. O herói deve empreender uma viagem espaço-temporal cheia de perigos que deve superar para chegar ao seu destino e conseguir o tesouro. O objetivo da busca – um objeto maravilhoso: ouro, metais preciosos, terras férteis para cultivar – envolve uma série de ações. Geralmente a ação está muito esquematizada: uma chamada viagem-prova-tesouro.

Observamos que nas aventuras de Jasão e os Argonautas e os exploradores da Amazônia encontramos dois grupos de personagens arquetípicos sempre presentes: o dos bons ou heróis e dos maus ou anti-heróis. Esta estrutura arquetípica é muito usual na imprensa, principalmente nos âmbitos temáticos relacionados ao mundo sociopolítico.

Os temas sociopolíticos descritos na imprensa ocupam-se principalmente da crise que afeta as organizações; de cada cabeça que se corte ao “dragão” da crise política do momento, nascem outras

dois. O herói de hoje é quem, amanhã, pode perder o seu lugar e terá que lutar para recuperar o seu papel social. As aparições destes personagens se repetirão, porque a reiteração equilibrada de triunfos ou fracassos é o que faz possível o renascimento ritual de Leviatã (Serrano, 1993 p.315).

4.3. Visão do mundo na democracia

A visão do mundo da burguesia industrial, proposta na imprensa, durante a ditadura, foi substituída pela visão do mundo da burguesia monopolista, depois da redemocratização; mudanças que determinam algumas transformações nas imagens ideológicas do mundo. Com a aparição de um objeto técnico, que produz ícones das coisas e de seus objetos, tornaram-se frágeis as barreiras conceituais que separam o meio natural do artificial. A televisão, uma máquina capaz de fabricar o meio natural e o artificial, pode propor uma falsa recuperação da natureza sacrificada à tecnologia. Desde o princípio da concepção burguesa do mundo a natureza se converte no Paraíso Perdido, e essa angústia suscitada pela perda na natureza é o que se chama de componente Fáustico da nossa cultura. Quando se introduziu este meio de comunicação, aparentemente se supunha uma reconciliação total entre o meio natural e o meio artificial. Principalmente na democracia, as notícias parecem sugerir um regresso à imagem medieval do mundo, mas trata-se de uma interpretação mistificadora. Observa-se que a sociedade capitalista monopolista cria os seus próprios mitos. O sistema já não é capaz de oferecer uma aproximação direta com a natureza, cada vez mais escassa, mas por outro lado está em condições de oferecer signos da natureza.

Serrano (1993) enfatiza que à medida que se produz a incorporação do meio natural ao sistema geral de câmbio a sociedade integra em um único nível o meio natural e o social. Novamente a natureza está junto da tecnologia como na Idade Média. Na sociedade monopolista a natureza é a que sofreu uma transformação: a natureza já não está formada por coisas mas por mercadorias.

Quanto mais avança a sociedade industrial, são cada vez mais valorizadas as coisas naturais e progressivamente desvalorizados os objetos artificiais. Com a crescente escassez de algumas matérias-primas e de algumas coisas naturais, e no momento em que as últimas fontes naturais são incluídas como valores econômicos, o capital se

apropria de recursos como o ar, a água, os alimentos biológicos que até então não tinham um preço porque estavam a disposição do homem.

Os esquemas de representação da natureza, dos bens naturais, começam a abrir-se a novos esquemas de representação na democracia. O capital desenvolve um novo mercado: o mercado verde e o consumo natural. O homem urbano, distanciado da natureza, busca sua volta ao equilíbrio por meio de um mecanismo simbólico. Consumir mercadorias chamadas ecológicas ou naturais dá a sensação de contribuir com a preservação da natureza. O desejo de natureza é rapidamente atendido pelo *mercado verde*, os denominados eco-business. Nos M.C.M há uma apropriação do termo desenvolvimento sustentável, mas o que em realidade oculta-se é a mercantilização da natureza.

No plano discursivo encontramos críticas ao desperdício, conselhos para um consumo mais saudável e para a descoberta de novos modos de vida. Por outro lado, desenvolve-se a *ecologia espetáculo*, relacionada ao medo apocalíptico de destruição do planeta. A Amazônia é mencionada como a salvação do planeta, o discurso adquire um tom apocalíptico por meio da referência ao holocausto, à destruição da floresta e, por extensão, do planeta. A hiperbolização segue presente e a dramatização dos acontecimentos é muito freqüente na democracia.

O temor da destruição do planeta deposita mais uma vez na Amazônia os sonhos e esperanças de um futuro melhor, mas agora a diferença é que são reclamados para toda a humanidade.

Do El Dorado ao discurso da biodiversidade, o novo e recorrente El Dorado persiste no imaginário, mas não é mais simplesmente o ouro metal que se busca; na democracia a palavra de ordem passa a ser a “rica biodiversidade” da região amazônica.

Finalmente, observamos nos rotativos as histórias de depois do Éden. Para Slater (1997) uma esperança e ilusão do redescobrimto do paraíso, o resgate de um estado de inocência e plenitude através do retorno ao paraíso. A diferença que se destaca nas notícias é um retorno temporal, como em férias, em aventuras ou no eco-turismo acompanhado do mercado de equipamentos sofisticados.

Na articulação das tramas argumentais relatadas nas notícias, a concepção do Paraíso vai mudando seus conteúdos para passar, durante o período de ditadura, de uma concepção de paraíso com terras férteis a ser conquistado, a um paraíso para a contemplação estética e a ser preservado, na democracia. O modelo apresentado

pela imprensa é o da preservação da natureza, e a biodiversidade Amazônica um novo jardim reclamado pelo conjunto da sociedade.

Abstract

This article discusses the principals concerning mythological and historical, from the imaginary classical and medieval, called on the Amazonian speech from the press. Analyzes the existent relation between the change of the social environment, and the transformation of the world representations. The study of the selection of public events, the cognitive and expressive treatments, allows identification of the solid repertoire of alternative visions of the world, which offers institutional mediators to the collectivity members. In this research interests us, identify which are the Amazon representations proposed in the press and what are the world visions the speech refers to.

The method utilized is Content Analysis in articles referring to the Amazon, published in two dominant reference newspapers, the "Estado de Sao Paulo" and "Folha de Sao Paulo", in two distinct political periods; dictatorship and democracy.

Key-words: Amazon representation, mythical archetype, narrative structures.

Notas

1. O leitor interessado na descrição mais detalhada da metodologia empregada na pesquisa pode consultar o volume 3 desta revista publicada em jan./jun. de 2000, pág 56-64.

Referências

- AINSA, F. De la Edad de Oro al El Dorado: génesis del discurso utópico americano. México: Fondo de Cultura Económica, 1992.
- ALSINA, R. M. La construcción de la noticia. Barcelona: Paidós, 1989.
- ALVARADO, M.R. Mitos e informação: geografia fantástica y primeras apreciaciones del continente americano. Disponível em <<http://www.ull.es/publicaciones/latina/a/60alvia.htm>>
- BAUDOT, G. La frontera imaginada. Fronteras políticas y fronteras imaginadas en la fundación de América vicerreinal. In: Buenrostro, Alfredo. Congreso Internacional sobre fronteras en Iberoamérica ayer y hoy. Universidad Autónoma de Baja Califórnia, Tijuana, Méjico. Vol I. 1990.
- MAY, R. La necesidad del mito: la influencia de los modelos culturales en el mundo contemporáneo. Barcelona: Paidós, 1998.
- PALAU, E. La vida y la obra de Hesíodo. Barcelona: Iberia, 1972.

SLATER, C. La Amazonía como relato edénico. *Revista de Antropología. Pensamiento Antropológico y Estudios Etnográficos*. Madrid: n.14, p.23-43, out.1997.

SERRANO, M.M. *La mediación social*. Madrid: Akal, 1977.217p.

SERRANO, M.M. *La producción social de comunicación*. Madrid: Alianza, 1993. 331p.

ZAIDMAN, L.B.; PANTEL, P.S. *La religión griega en la polis de la época clásica*. Madrid: Akal, 2002.