

Editar e Acreditar: Materialidade Midiática e a Produção de Crenças na Contemporaneidade¹

Bruno GUIMARÃES MARTINS²

Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, MG

Marcio SOUZA GONÇALVES³

Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ

RESUMO

A circulação atual de mentiras – e tudo que envolve fake news, pós-verdade, fatos alternativos etc – na mídia em geral e nas mídias digitais em particular coloca em primeiro plano, como problema teórico relevante, a questão da crença e sua produção. O presente artigo reflete sobre a dimensão material e midiática da produção de crenças na sociedade contemporânea, discutindo diferentes possibilidades teóricas para a abordagem do tema.

PALAVRAS-CHAVE: verdade; mentira; crença; materialidade; edição.

Verdade e crença

A circulação atual de mentiras – e tudo que envolve *fake news*, pós-verdade, fatos alternativos etc – na mídia em geral e nas mídias digitais em particular posiciona em primeiro plano, como problema teórico relevante, a questão da verdade e sua produção. A aparente obviedade de que a verdade se contrapõe então à mentira, o verdadeiro ao falso, oculta a enorme dificuldade em se definir tais termos, dificuldade que faz com que filosofemos há mais de dois mil anos sem ter posto termo ao debate.

O recurso midiático frequente aos fatos, supostamente verdadeiros, diferentes das interpretações, mascara, do mesmo modo, que os fatos são produções humanas feitas a partir de parâmetros contingentes e historicamente definidos. Nesse sentido,

¹ Trabalho apresentado no GP Produção Editorial, XXI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 44º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Professor da FAFICH-UFMG, e-mail: brunomartins@ufmg.br

³ Professor da FCS-UERJ, e-mail: msg@uerj.br

fatos *não* são de modo algum evidentes e que *não* são a condição de interpretações corretas ou equivocadas, mas antes o resultado de uma séria de procedimentos que os estabelecem. Por exemplo, uma afirmação como “a terra é redonda” decorre de diversos e variados procedimentos científicos e pressuposições de linguagem, sem o que não seria possível constatar ou comunicar tal fato.

Assumindo que o estatuto da verdade é problemático, optou-se por evitar esta discussão para a abordar da profunda crise epistemológica que atravessamos, deslocando-se a questão de investigar a verdade para o que se crê ser verdadeiro, ou seja, deslocando a discussão da verdade para a crença. Dessa forma, independentemente do verdadeiro ou do falso, o que nos interessa interessa, nessa perspectiva, é que se acredite. Trataremos, no que segue, de investigar a dimensão midiática desse acreditar e possibilidades de abordagem teórica do tema, bem como alguns efeitos dessa situação particular das crenças que vivemos atualmente para o campo comunicacional.

Entretanto, antes de prosseguir, uma observação prévia se impõe, observação de caráter prático e mundano, para evitar que se caia em idealizações acerca da racionalidade humana. Para ponderar o problema, deve-se levar em conta que o ser humano, ao longo de sua longa história, acreditou (e continua acreditando), simultaneamente, em elementos epistemológica e logicamente incompatíveis. Pense-se, por exemplo, na coexistência dos mitos e da filosofia, da ciência e da religião ou na resiliência da magia, da astrologia e da superstição no mundo atual. A coerência não é portanto um traço que marque nossas capacidades de crença; somos mesmo, por vezes, profundamente incoerentes e contraditórios. Como bem disse Paul Veyne, “a coexistência em uma mesma cabeça de verdades contraditórias não é menos um fato universal” (1984, p. 98-99).

Crença e mídia

Não se pode falar em crenças sem falar em suas formas de propagação e circulação, ou seja de comunicação, o que articula de modo inelutável crenças e mídias. Historicamente onipresente, essa articulação se fez de diversos e variados modos. Sem a pretensão de exaustividade, vejamos alguns exemplos pontuais.

As grandes religiões letradas (judaísmo, cristianismo, islamismo, budismo) são um caso excepcional para pensar na relação dos meios de comunicação como o acreditar. Articuladas, cada um a seu modo, como religiões baseadas em livros, sua transmissão e disseminação dependeu fortemente de circuitos comunicativos de escrita e leitura, os livros sagrados ocupando um lugar proeminente na liturgia e na devoção. Pense-se, para ficar em nosso ambiente cultural, nas repetidas menções à Bíblia como o livro mais lido pelo brasileiro. Uma série de dispositivos, tais como a catequese, os cultos e a leitura em programas de rádio e televisão, consolidam o proselitismo das mensagens destes textos, mas antes disso, não se pode negligenciar o papel desempenhando pelas traduções para o vernáculo realizadas por Lutero para o sucesso da reforma protestante.

Adrian Johns (1998) descreveu detalhadamente como o modo de funcionamento das prensas tipográficas nos primórdios da era Moderna e a maior circulação de livros, legítimos ou, sobretudo, pirateados, cooperaram para a produção de uma instabilidade epistemológica que só lentamente foi superada. Trata-se de um fenômeno que tem estranhas semelhanças com a atualidade e o uso que se faz das tecnologias digitais.

Podemos também lembrar que a constituição de um imaginário que envolve crenças e afetos em torno do amor romântico, é indissociável da literatura, seja na sua forma de folhetim ou de romance e, mais recentemente, encontrou também uma boa acoplagem midiática no cinema, na televisão e em seus astros.

Para variar do discurso romântico, finalmente, os casos de linchamento (real) ocorridos em função de boatos nas redes sociais são um exemplo trágico, do que indicamos⁴. Obviamente, a veracidade ou falsidade das informações propagadas não são condição para a passagem ao ato de linchamento e, de modo geral, das crenças quaisquer que sejam. A propagação midiática de informações falsas e boatos produzem ondas de crença mais ou menos duradouras que podem levar a atos de irracionalidade ou de violência.

A onipresente articulação entre mídia e fenômenos de crença não deve, contudo, impedir que se perceba a especificidade de cada momento histórico em seus agenciamentos entre comunicação e crer. Há momentos de instabilidade, em que os sistemas sociais entram no que a teoria do caos chama de “dependência sensível das condições iniciais” (GLEICK, 1990), e nessas situações possivelmente há maior

⁴ Veja-se, por exemplo, o caso ocorrido no Guarujá (SP). Disponível em <https://g1.globo.com/e-ou-nao-e/noticia/tres-anos-depois-linchamento-de-fabiane-apos-boato-na-web-pode-ajudar-a-endurecer-lei.ghtml>. Acesso em 07/08/21.

probabilidade de que informações falsas, midiaticamente reproduzidas, encontrem maior adesão, assim como podemos facilmente observar no momento contemporâneo.

Como hipótese a ser desenvolvida em pesquisas futuras, se pode enunciar que os momentos de significativa alteração social e tecnológica são mais fecundos para a disseminação midiática de crenças infundadas. Ressalte-se que se trata de um enunciado a ser confirmado. Se se adota esse ponto de vista, nossa atualidade, com suas grandes mudanças nas tecnologias comunicacionais, seria um desses momentos mais propícios a inesperados fenômenos de crença. Nesse sentido, a comunicação digital poderia ser considerada, hoje, a grande agente de viralização (o termo é bastante adequado) de crenças, convocando uma pesquisa sobre relações entre as ondas de crença e materialidade da comunicação. Não se trata de um universo novo, é preciso que se diga, mas de um universo que recebe renovado interesse em face das recentes transformações do mundo.

Não havendo uma teoria da materialidade da comunicação, mas várias delas, com ou sem a presença do termo “materialidade”, o leque de opções disponíveis aos pesquisadores é vasto. São múltiplas as perspectivas possíveis, com suas respectivas nuances metodológicas. Vejamos algumas. A história do livro e a sociologia dos textos, que sempre trataram da importância da materialidade nos processos de comunicação, são uma referência importante (BARBIER, 2008; McKENZIE, 2002, 2004). Diversos autores clássicos da teoria da comunicação, sem citar materialidade, trataram exaustivamente do tema, alguns de modo mais determinista, outros de modo mais sutil (McLUHAN & McLUHAN, 2007; HAVELOCK, 1996). Em uma perspectiva mais estético-filosófica, Gumbrecht tenta uma crítica do que ele chama de metafísica, que se reduziria, segundo ele, a uma hermenêutica que descuida da materialidade, em favor de uma filosofia da presença, sensível ao material (GUMBRECHT, 2004). Não nos alongaremos sobre esse ponto, de modo que citamos apenas para finalizar uma lista evidentemente sumária e incompleta a arqueologia da mídia e sua interessante perspectiva (PARIKKA, 2012).

Saindo desse universo de autores bem conhecidos no campo da comunicação, trataremos, a seguir, de alguns outros que consideramos relevantes para o tratamento do tema que nos ocupa.

Ferramentas teóricas

O sociólogo Gabriel Tarde se refere, específica e explicitamente, às crenças como um dos fatores essenciais para a existência e o funcionamento (para o melhor e para o pior) das sociedades. Assim se expressa:

Antes de uma aplicá-los novamente, resumamos em duas palavras o que nos importa agora reter: 1. Com a exceção de alguns elementos primeiros e irreduzíveis da sensação pura, presentes por hipótese sob essas camadas estratificadas de julgamentos sensitivos imediatos e *subconscientes* que chamamos quase indiferentemente sensações ou percepções, todos os fenômenos íntimos e, conseqüentemente, todos os fenômenos sociais dos quais são as fontes, se resolvem em crenças e em desejos. 2. A crença e o desejo são verdadeiras quantidades, cujas variações para mais ou para menos, negativas ou positivas, são essencialmente, senão praticamente, mensuráveis, seja em suas manifestações individuais, seja antes e com muito mais facilidade em suas manifestações sociais (TARDE, 1999, p. 75-6).

A meu ver, os dois estados da alma, ou melhor, as duas forças da alma chamadas crença e desejo, das quais derivam a afirmação e a vontade, apresentam esse caráter eminente e distintivo (TARDE, 2003, p. 33).

Esses dois elementos constitutivos da subjetividade em sua generalidade existem socialmente a partir de dois processos básicos, que se configuram como o modo de funcionamento do corpo social: a invenção e a imitação.

A invenção, por seu lado, envolve a gênese do novo a partir de processos microscópicos aleatórios que envolvem o cruzamento de séries de elementos heterogêneas. Uma gíria, uma nova roupa, uma canção, uma teoria científica são diferentes exemplos do que pode ser inventado, propositadamente variados para indicar que invenção pode se referir a toda e qualquer coisa que tenha existência social.

A imitação, por seu turno, é o modo de disseminação de invenções, sejam novas invenções, sejam invenções antigas, já sedimentadas em uma tradição.

A sociedade, toda sociedade, nada mais é, assim, do que fluxos de imitação e invenção envolvendo crenças e desejos.

Para o que aqui nos importa, as crenças e os processos de imitação se apresentam como grandes chaves gerais para tratar do problema das crenças em falsas verdades, fatos alternativos e semelhantes na sociedade atual, e, de modo mais geral, em qualquer sociedade. Obviamente que esse esquema geral deve ser complementado com o que de local e específico se encontra envolvido em cada situação concreta.

Em uma visada totalmente diferente, Paul Veyne, tratando da crença dos gregos em sua mitologia, também dá uma contribuição teórica importante.

A ideia de programa de verdade, proposta por Paul Veyne, é bastante operacional para tratar desse problema do crer:

Como se pôde acreditar em todas estas lendas, e realmente se acreditou nelas? A questão não é de ordem subjetiva: as modalidades de crença reenviam às modalidades de posse da verdade. Existe uma pluralidade de programas de verdade através dos séculos, que comportam diferentes distribuições do saber, e são estes programas que explicam os graus subjetivos de intensidade das crenças, a má-fé, as contradições num mesmo indivíduo. Nisto acreditamos em Michel Foucault: a história das idéias começa realmente quando se historiciza a idéia filosófica de verdade (VEYNE, 1984, p. 39).

Einstein é verdadeiro, para nós num certo programa de verdade, o da física dedutiva e quantificada; mas se acreditarmos na *Iliada*, ela não será menos verdadeira, no seu programa de verdade mítica. E Alice no país das maravilhas igualmente. Pois, ainda que consideremos Alice ou Racine como ficções, acreditamos nelas enquanto as lemos, ou choramos na nossa poltrona do teatro. O mundo de Alice, no seu programa de encantamento, aparece para nós como tão plausível, tão verdadeiro quanto o nosso, tão real em relação a si mesmo, por assim dizer; mudamos de esfera de verdade, mas estamos sempre no verdadeiro, ou na sua analogia (VEYNE, 1984, p. 33).

Diferentes programas de verdade, implicam diferentes regimes de crença, sem que se possa sair dessa dimensão contingente dos programas em direção a um programa universal. O cotidiano nada mais é que um trânsito constante entre diferentes crenças em função dos programas de verdade em ação: “O que tem um certo interesse para a história das crenças. Nosso espírito não se mortifica quando, parecendo se contradizer, muda sub-repticiamente de programa de verdade e de interesse, como ele o faz sem cessar; isto não é ideologia: é a nossa maneira mais habitual de ser” (VEYNE, 1984, p. 101).

Os programas de verdade são anteriores à verdade e além disso, configuram as condições históricas das crenças. Neste sentido nos parece importante destacar a importância de incluir a linguagem como um elemento central para estas reflexões. Tais reflexões são velhas conhecidas da gramática, da filosofia ou da antropologia. Para não voltar aos primórdios que parecem sempre passíveis de um novo recuo, vamos mencionar alguns exemplos significativos que foram retomados a partir da segunda metade do século XX.

Ao descrever as funções da linguagem em conhecido diagrama, R. Jakobson (2008) dispõe, ao lado da função referencial, cinco outras funções —emotiva, poética, fática, metalinguística e conativa— que demonstram desvios da linguagem em relação a suas pressuposições representativas. Para os objetivos deste artigo, cumpre destacar que nesta formulação a linguagem se apresenta como um meio problemático para representar um determinado fato ou objeto.

Publicadas em 1962 sob o título *How to do things with words*, a série de conferências proferidas por J. L. Austin parte da constatação da qualidade *performativa* da linguagem cotidiana para colocar em xeque os ajuizamentos sobre as afirmações serem verdadeiras ou falsas. Descrevendo uma série de elementos “ilocucionários” que são constitutivos da performance dos atos de fala, o filósofo busca compreender os fatos de linguagem em suas circunstâncias de acontecimento. Dessa forma, desviando-se de ancorar a linguagem no referente, são descritas formas mais ou menos adequadas para que um determinado ato de fala tenha um percurso “feliz”, ou seja, quando existe coincidência entre intenção, ações e sentidos. No conjunto de ações físicas ou mentais que contribuem para compor a “felicidade” de um ato de fala, destacamos a “boa fé”, uma vez que se estabelece a partir de um compartilhamento de crença entre os agentes. Uma aposta, por exemplo, depende não apenas de uma série de atos locucionários, como dizer “eu aposto” ou “aposta aceita”, mas também de certos atos ilocucionários, como, por exemplo, a sincera intenção de apostar, de aceitar a aposta e cumprir com suas regras. No mesmo sentido, quando se diz “eu prometo”, independentemente se foi dito de boa fé, se a promessa vai se completar ou não, o ato de fala estabelece a promessa como um acontecimento. Por sua vez, certamente, a má fé corrói as possibilidades para que um ato de fala se complete de maneira “feliz”.

Estas considerações a respeito da linguagem se transfiguraram em hipóteses de grande alcance como a “crise de representação” descrita por Michel Foucault (2006). Em *As palavras e as coisas*, publicado pela primeira vez em 1966, o autor elaborou uma minuciosa arqueologia das ciências humanas para formular sua noção de *épistémè* moderna, apontando para uma modificação estrutural na linguagem ao longo da modernidade que operou uma espécie de afastamento entre palavras e coisas,

desestabilizando os discursos em relação aos seu automatismo mimético e referencial. Corroborando com os interesses deste artigo que a constatação de uma crise de representação, em especial no discurso científico, reafirma as dificuldades em estabelecer distinções seguras entre o verdadeiro e o falso.

Importante dizer que estes questionamentos não se limitaram à palavra e à linguagem verbal, mas contaminaram o domínio da imagem como demonstra a publicação de “Arte e ilusão” de E. H. Gombrich em 1960. No esforço em compreender as transformações nos estilos artísticos considerando a constituição de uma linguagem pictórica, este notável historiador da arte aproximou a análise estilística da pintura da construção de uma representação pictórica ao longo da história. Gombrich descreve de forma convincente que os artifícios miméticos da representação pictórica implicam sofisticadas técnicas para iludir o espectador. Dessa forma, diferentemente do que se pode inicialmente pensar, os artifícios desenvolvidos pela linguagem pictórica não apresentam semelhança com os objetos que ambicionam representar, mas justamente para um movimento incessante de apropriações e transformações estilísticas com vistas a causar um efeito ilusório no espectador.

Este breve panorama composto de alguns esforços para incluir a linguagem na reflexão tem sua esforços, pode ser demonstrado com a expressão *linguistic turn*, título da influente coletânea de artigos organizados por Richard Rorty (1967). Interessante notar que, desde então, a ideia foi derivada e replicada nas mais variadas “viradas”: performativa, pictórica, etnográfica, autobiográfica, ontológica etc.

Antes de prosseguir gostaríamos de fazer um breve comentário sobre nossa bem conhecida sociologia do conhecimento, pois destaca o protagonismo da linguagem em relações sociais intersubjetivas capazes de produzir uma “construção social da realidade” (BERGER & LUCKMANN, 1976). Tomando como modelo as relações face a face, estes princípios apresentam distorções quando se inclui a mídia na equação.

Depois de localizar a comunicação como algo que possibilita a acoplagem entre diferentes sistemas sociais, Niklas Luhmann (2006) destacou a importância de se observar “a realidade desta construção”, ou seja, sua realidade midiática. Trata-se de compreender, em primeiro lugar, que o sentido é constituído pelas operações próprias

do comunicar, por exemplo, em um texto impresso é necessário uma série de operações — escrever, editar, imprimir, publicar, comercializar— para que, finalmente, seja possível ler. Dessa forma a comunicação se realiza dentro de uma lógica recursiva que resulta de sua reprodução sistemática: uma ação comunicacional depende de uma ação comunicacional e assim por diante. Além disso, em segundo lugar, o que constitui sentido na realidade dos meios de comunicação é a ilusão produzida a partir desta sequência de operações que, por sua vez, produz uma sequência de observações que tem por base as operações.

Destacamos que não se trata de um construtivismo radical, uma vez que não se questiona a existência de uma realidade externa aos meios de comunicação. Todavia, ao destacar mídia como subsistema particular, sendo capaz tanto de produzir realidade quanto de promover acoplagens entre sistemas sociais distintos, assume-se um construtivismo operacional cujo horizonte de conhecimento configura-se a partir da realidade construída pelos meios de comunicação, o que implica em maior dificuldade e complexidade para ler o verdadeiro e o falso. Esta perspectiva mostra-se especialmente sedutora para a pensar a relação entre crença e comunicação pois, para que uma acoplagem entre diferentes sistemas se realize é necessário que os agentes acreditem na positividade de inclusão de elementos estranhos.

Feita essa digressão teórica, gostaríamos de abordar, ainda que de modo extremamente superficial, algo que fica às margens das discussões no campo da comunicação, no sentido de perceber como algo epistemologicamente delicado pode, a despeito disso, ter vida longa em diversos produtos midiáticos. Essa longa permanência deve ser devida, pelo menos em parte, a investimentos de crença por parte dos leitores, a formas de leitura que nos deslocam para tempos remotos, quando a leitura de mundo a tempos que podem preceder a escrita, no sentido que uma leitura do mundo dependem de investimentos dos quais não trataremos aqui. Falemos então dos horóscopos.

Crenças midiáticas e materialidade textual: a astrologia

Em uma tentativa de articular crenças e materialidades comunicacionais, somos levados a um assunto pouco usual, a astrologia, mais especificamente um horóscopo.

O horóscopo que tomamos como exemplo ocupa a última página do Segundo Caderno de um jornal de grande circulação do Rio de Janeiro:



HORÓSCOPO Cláudia Lisboa

 ÁRIES (21/03 a 19/04) Elemento Fogo Modalidade Inicial Representante: Leão Signo Forte: Marte Regente: Marte Maga é um elemento puro, associado ao movimento em sua dualidade: avante e atrás e ao lado. Áries é equívoco: ao avante será retardado. Tempo de voltar para sua conexão permanente.	 CÂNCER (21/06 a 21/07) Elemento Água Modalidade Inicial Representante: Caranguejo Signo Forte: Lua Regente: Lua Os canchais que são natos, também são natos revelados para que você possa obter de eles aquilo que você quer. É tempo de ser novo para proporcionar o necessário.	 LIBRA (23/09 a 23/10) Elemento Ar Modalidade Inicial Representante: Balança Signo Forte: Vênus Regente: Vênus De mais que você possa não esquecer que os seus sentimentos é preciso seguir. Se você não estiver feliz a harmonia não ocorre. É tempo de reduzir as coisas para tocar os seus.	 CAPRICÓRNO (23/12 a 20/01) Elemento Terra Modalidade Inicial Representante: Cabra Signo Forte: Saturno Regente: Saturno Agora se envolve em coisas perfeitas no lugar de dar atenção ao que é seu próprio. É tempo de voltar para sua conexão permanente. É tempo de voltar para sua conexão permanente.
 TOURÃO (21/04 a 20/05) Elemento Terra Modalidade Inicial Representante: Touro Signo Forte: Vênus Regente: Vênus Agora se envolve em coisas perfeitas no lugar de dar atenção ao que é seu próprio. É tempo de voltar para sua conexão permanente. É tempo de voltar para sua conexão permanente.	 LEÃO (21/07 a 23/08) Elemento Fogo Modalidade Inicial Representante: Leão Signo Forte: Sol Regente: Sol A atividade não é o mesmo que a atividade. É tempo de voltar para sua conexão permanente. É tempo de voltar para sua conexão permanente.	 ESCORPIÃO (23/10 a 21/11) Elemento Água Modalidade Inicial Representante: Escorpião Signo Forte: Marte Regente: Marte Vá para lutar agora e a vitória de amanhã será sua. É tempo de voltar para sua conexão permanente. É tempo de voltar para sua conexão permanente.	 AQUÁRIO (21/01 a 19/02) Elemento Ar Modalidade Inicial Representante: Garça Signo Forte: Júpiter Regente: Júpiter O seu futuro não é o mesmo que o futuro. É tempo de voltar para sua conexão permanente. É tempo de voltar para sua conexão permanente.
 GÊMEOS (21/05 a 21/06) Elemento Ar Modalidade Inicial Representante: Gêmeos Signo Forte: Mercúrio Regente: Mercúrio Agora se envolve em coisas perfeitas no lugar de dar atenção ao que é seu próprio. É tempo de voltar para sua conexão permanente. É tempo de voltar para sua conexão permanente.	 VIRGEM (23/08 a 23/09) Elemento Terra Modalidade Inicial Representante: Virgem Signo Forte: Mercúrio Regente: Mercúrio Agora se envolve em coisas perfeitas no lugar de dar atenção ao que é seu próprio. É tempo de voltar para sua conexão permanente. É tempo de voltar para sua conexão permanente.	 SAGITÁRIO (23/11 a 21/12) Elemento Fogo Modalidade Inicial Representante: Centauro Signo Forte: Júpiter Regente: Júpiter Agora se envolve em coisas perfeitas no lugar de dar atenção ao que é seu próprio. É tempo de voltar para sua conexão permanente. É tempo de voltar para sua conexão permanente.	 PEIXES (21/02 a 19/03) Elemento Água Modalidade Inicial Representante: Peixe Signo Forte: Júpiter Regente: Júpiter Agora se envolve em coisas perfeitas no lugar de dar atenção ao que é seu próprio. É tempo de voltar para sua conexão permanente. É tempo de voltar para sua conexão permanente.

Figura 1. Horóscopo publicado em jornal diário.

Fonte: Jornal O Globo, 08/08/2021

Em termos gráficos, interessa-nos, antes de tudo, o destaque dado à profissional que produz o Horóscopo. A seguir, como se nota, cada signo é apresentado com informações complementares relativas a sua cronologia, elemento, modalidade, signo complementar e sobre o signo. Seguem-se, então, no máximo 4 linhas com

comentários vagos que em tese valem para qualquer pessoa ou situação e, por último, uma frase positiva começada com a expressão “É tempo de...”. Essas recomendações finais são, assim como as frases anteriores, genéricas e podem valer para qualquer um, na medida em que mais do que a injunção ampla, o que vai determinar ações é o modo como serão interpretadas. Em suma, tem-se, em primeiro lugar, uma espécie de ficha técnica de cada signo, seguida de generalidades vagas.

Seria bastante curiosa a comparação desses horóscopos de jornais com mapas astrais, pois o caráter superficial dos primeiros certamente tornaria difícil sua aceitação por aqueles aprofundados no estudo dos segundos.

Mas, de todo modo, com toda sua generalidade, os horóscopos de jornal persistem.

O caso em tela é tanto mais interessante na medida em que a organização da qual o veículo que o abriga faz parte lançou uma grande campanha contra as mentiras e informações falsas: “O projeto ‘Fato ou Fake’ vai conferir e esclarecer o que é real (fato) e o que é falso (fake)”⁵. A metodologia de conferência é apresentada:

[...] investigar a fonte que deu origem à informação, verificar se as imagens apresentadas correspondem ao que é narrado e ouvir as pessoas citadas. Fontes oficiais, testemunhas e especialistas também poderão ajudar a esclarecer o que está escrito ou dito. O principal critério de checagem é a transparência, baseada em três pilares:

- Transparência de fontes - O público saberá o caminho de apuração percorrido pelo jornalista. Para isso, todas as fontes consultadas (pessoas ou instituições) serão identificadas.

- Transparência de metodologia - Estarão claros o critério de seleção da mensagem a ser checada, como ocorreu a apuração e o motivo de uma informação ser classificada como verdadeira ou falsa.

- Transparência de correções - Caso haja alguma modificação na checagem, que comprometa sua publicação original, esta estará devidamente identificada.

Seria bastante curiosa a aplicação dessa metodologia de checagem ao horóscopo. Mas ao mesmo tempo indevida, pois certamente estariam sendo misturados dos programas de verdade, para retomar a noção de Veyne indicada acima. O programa de

5 Para todas as informações sobre esse ponto, veja-se a matéria “Globo lança campanha contra a divulgação de notícias falsas” disponível em <https://redeglobo.globo.com/novidades/noticia/globo-lanca-campanha-contra-a-divulgacao-de-noticias-falsas.ghtml>. Acesso em 09/08/21.

verdade da seção de política, por exemplo, é certamente diferente do da seção astrológica.

O fato é que, assim como nas cabeças humanas, nos jornais coexistem diferentes verdades, ou melhor, programas de verdade, ou, para o que nos interessa aqui, processos de produção de crença.

É uma limitação metodológica do presente texto não poder se informar sobre a crença engendrada em leitores pelas midiaticamente ubíquas seções de astrologia. Não temos, a rigor, como saber que atos de leitura são engendrados. Mas partimos da premissa de que exatamente a presença constante e geral dos horóscopos deve encontrar algum eco junto ao público.

O horóscopo se encontra inserido em um meio de comunicação que tenta se autodefinir como alternativa forte frente às falsas verdades que circulam nas redes sociais, como guardião da objetividade e da verificação.

As *fake news*, os fatos alternativos ou a pós-verdade talvez sejam apenas uma parte de um todo maior, que engloba a astrologia, todo este que escapa à capacidade de verificação e objetividade que o jornalismo apresenta como sendo suas bases e garantia.

Por outro lado, nosso horóscopo compartilha com as falsidades que circulam nas mídias sociais o mesmo cuidado de se apresentar bem, com certa seriedade e fundamentação: a pequena ficha técnica que precede cada signo, assim como o supostamente prático conselho final, agem nesse sentido.

Resta a fazer um estudo denso da circulação desse tipo de informação, dos atos de leitura que engendra e, sobretudo, dos formatos de crença que enseja.

Considerações finais

Neste texto francamente exploratório, procuramos levantar, sem pretensão de exaustividade, alternativas teóricas para a consideração do problema das crenças nas sociedades contemporâneas. Do ponto de vista empírico foi feito um rápido tratamento de um horóscopo de jornal.

Espera-se que essas propostas permitam que a discussão saia do âmbito de oposições binárias entre verdadeiro e falso, fato e interpretação, objetivo e subjetivo, em

direção a uma abordagem mais nuançada e refinada. Acreditamos que a investigação das crenças que incorporem em sua gênese a linguagem e a mídia seja uma contribuição nesse sentido.

REFERÊNCIAS

AUSTIN, J. L. **How to do things with words**. Cambridge, Massachussets: Harvard University Press, 1962.

BARBIER, Frédéric. **História do livro**. São Paulo: Paulistana, 2008.

BERGER, Peter & LUCKMANN, Thomas. **A construção social da realidade**. Tratado de sociologia do conhecimento. Petrópolis: Vozes, 1976.

FOUCAULT, M. **As palavras e as coisas**: uma arqueologia das ciências humanas. São Paulo: Martins Fontes, 1990.

GLEICK, James. **Caos: a criação de uma nova ciência**. Rio de Janeiro: Campus, 1990.

GOMBRICH, E. H. **Arte e ilusão**: um estudo da psicologia da representação pictórica. São Paulo: Martins Fontes, 2007.

GUMBRECHT, Hans Ulrich. **Production of Presence – What Meaning Cannot Convey**. Stanford: Stanford University Press, 2004.

HAVELOCK, Eric A. **A musa aprende a escrever – Reflexões sobre a oralidade e a literacia da Antiguidade ao presente**. Lisboa: Gradiva, 1996.

JAKOBSON, Roman. **Lingüística e comunicação**. São Paulo: Editora Cultrix, 2008.

JOHNS, Adrian. **The Nature of the Book: print and knowledge in the making**. Chicago and London: The University of Chicago Press, 1998.

KUHN, Thomas S. **A estrutura das revoluções científicas**. São Paulo: Perspectiva, 2007.

LUHMANN. **A realidade dos meios de comunicação**. São Paulo: Paulus, 2005.

McKENZIE, Donald F. **Making Meaning: “Printers of the Mind” and Other Essays**. Edited by Peter D. McDonald & Michael F. Suarez, S.J.. Amherst, Boston: University of Massachusetts Press, 2002.

McKENZIE, Donald F.. **Bibliography and the sociology of texts**. Cambridge: Cambridge University Press, 2004.

McLUHAN, Marshall; McLUHAN, Eric. **Laws of media – The new science**. Toronto, Buffalo, London: University of Toronto Press, 2007.

PARIKKA, Jussi. **What is media archaeology?** Cambridge: Polity, 2012.



Intercom - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da
Comunicação
44º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - VIRTUAL - 4 a 9/10/2021

RORTY, Richard. **The linguistic turn**. Recent essays in Philosophical Method. Chicago and London: The University of Chicago Press, 1967.

TARDE, Gabriel. **Monadologia e sociologia**. Petrópolis: Vozes, 2003.

VEYNE, Paul. **Acreditavam os gregos em seus mitos? - Ensaio sobre a imaginação constituinte**. São Paulo: Brasiliense, 1984.