



A estética textual da narrativa jornalística Ferramentas úteis à humanização do discurso jornalístico contemporâneo¹

André Giulliano Mazini²
Universidade Metodista de São Paulo

Resumo

Este artigo pretende identificar as ferramentas estético-narrativas que melhor possam contribuir para aumentar a capacidade de compreensão e o interesse do leitor pelas matérias publicadas no âmbito do jornalismo impresso. Estudando estas ferramentas, pretende-se contribuir para a humanização da narrativa jornalística, abrindo espaço para que o elemento humano das matérias, tanto na esfera subjetiva quanto na objetiva, seja devidamente representado.

Palavras-chave: Jornalismo / Narrativas / Humanização / Estética

Problema da pesquisa

No contexto de globalização midiática em que vivemos, onde o fluxo de informações é cada vez maior e mais rápido, o jornalismo, como um espaço de representação dos fatos de interesse público, assume um papel de mediador destas informações, porém com um risco em sua função que parece se tornar evidente na contemporaneidade: o de tornar-se superficial e frio na representação dos conflitos humanos. Os veículos impressos, por exigirem que seu receptor dedique maior atenção (tempo) para a completa compreensão das matérias do que nos meios audiovisuais, são ainda mais seriamente atingidos pela efemeridade pós-moderna (Harvey, 1996) que parece inundar a prática jornalística no século XXI.

Em busca de uma objetividade quase que utópica, os veículos impressos passam a se padronizar esteticamente em todas as esferas de produção da notícia: Técnica; Ética e Estética,, como sugere Cremilda Medina. Estas padronizações (lead, pirâmide invertida, textos “enxutos”, etc.), com raízes no cientificismo de Descartes, parecem atender, num primeiro momento, os fins de produção em escala das notícias, mas parecem, por outro lado, serem insuficientes para mediar conflitos sociais que são, por essência, humanos,

¹ Trabalho apresentado no GT – Teorias da Comunicação, do Inovcom, evento componente do XIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste.

² Mestrando do curso de Comunicação Social da Universidade Metodista de São Paulo, email: andré_mazini@hotmail.com



complexos e, muitas vezes, irreduzíveis a uma forma composta por algumas perguntas pré-estabelecidas (lead).

O jornalismo que se desenha nessa passagem de milênio descarta com veemência qualquer prática ou ferramenta técnica/estética que leve à “subjetivação” das matérias produzidas. No entanto a subjetividade, também representada aqui pelas ferramentas e recursos literários, parece cada vez mais necessária para a condução do receptor (leitor) a uma compreensão mais profunda e elucidante do que lhe é informado. A idéia de que o jornalista “dá o fato” tal qual ele é, como acreditava a teoria do Espelho cai por terra quando vemos que antes do “jornalista” temos o homem, mulher, com histórias próprias, posições próprias e diversos filtros (ideológicos, religiosos, culturais, etc.) subjetivos, que o influenciam no momento de construir uma matéria.

Assim segue as elucubrações deste pré-projeto: entendendo que o jornalismo, assim como suas representações do mundo possuem um lado objetivo e um subjetivo que se completam, e não se anulam no momento de mediar as informações que regam a sociedade global que se consolida neste tempo.

2 Introdução

A cada ano, milhares de novos jornalistas³ são colocados no mercado brasileiro crendo que para construir uma boa notícia/reportagem é necessário, tão somente, recolher fatos, supostamente verdadeiros, entrevistar algumas fontes e escrever um texto na forma de pirâmide invertida, distribuindo, no primeiro parágrafo, as informações noticiosas mais importantes (Quê? Quem? Onde? Quando? Como? Por quê?). O jornal Folha de São Paulo, em seu Manual da Redação, apregoa que “toda reportagem deve ser iniciada com a informação que mais interessa ao leitor e ao debate público”, para tal, a obediência ao padrão de distribuição das informações através do *lead* é indispensável. O Manual em questão faz uma orientação, em tom imperativo, que representa um lugar comum na prática estético-jornalística atual:

“A diversidade no uso de vocábulos deve ser regida pela precisão e não pela retórica. A variedade estilística deve seguir o encadeamento lógico e interessante dos fatos, sem submetê-los a modelos pseudoliterários” (FOLHA, 2001, p.30).

³ Entre os anos 2000 e 2003 o número de cursos de jornalismo subiu de 260 para 443. Supondo que a média anual de formandos seja de 30 para cada curso, chegamos a um número de 13.290 novos jornalistas por ano. (Dados: Censo do Ensino Superior, 2003)



Analisando esse trecho em contexto com todo o manual e as diretrizes ideológicas que regem o jornalismo contemporâneo (objetividade, imparcialidade), é perceptível a tentativa em se transmitir a “verdade” dos fatos através de padrões textuais orientados por uma estética narrativa pré-estabelecida. O jornalista, como na Teoria do Espelho, assume o papel, figurativamente, de um fotógrafo. Ele transmite – de forma honesta e isenta – um retrato da realidade, simplesmente da forma como ela se apresenta. Um mediador neutro que não manifesta nenhuma intervenção subjetiva. A máxima que retrata claramente esta teoria e suas heranças para os tempos atuais é a de que “as notícias são como são porque a realidade assim determina”.

Podemos perceber que, em um contexto de padronização estética em busca da “verdade”, o uso de elementos empregados na escrita literária é visto como prejudicial ao sucesso da comunicação, já que ameaça o ideal de “objetividade”. O texto jornalístico passa, então, a assumir uma postura fria diante dos fatos, colocando o foco de suas narrativas nos acontecimentos (Que?) e distanciando-se dos indivíduos protagonistas (Quem?), já que falar destes seria correr o risco de parecer subjetivo demais. O sujeito é um simples adereço dos fatos e, quando muito, possui uma profissão acompanhada de nome e idade. Não conhecemos seus desejos, medos, ou nenhum outro tipo de sentimento que crie empatia conosco enquanto leitores. Em muitos momentos, o máximo de humanização que encontramos nas folhas de um jornal diário qualquer são meia dúzia de palavras jogadas entre duas aspas, culminadas por expressões padronizadas: disse, falou, exclamou...

A influência do reducionismo apresenta-se de forma prejudicial ao sucesso da comunicação quando não considera as variáveis que compõe a complexidade da vida humana. O mundo ocidental contemporâneo está alicerçado, em grande parte, pelo paradigma científico, pelo mito das “certezas científicas” e pela racionalização exacerbada de toda sua cultura, acadêmica ou social. Como não poderia ser diferente, este influenciou – e continua influenciando – a produção jornalística. Notamos claramente que a maior parte da grande imprensa tem optado por construções textuais moldadas por manuais de redação, ou por tradições de estilos. Não obstante surge o pensamento sistêmico, baseado, segundo Fritjof Capra, na consciência de inter-relação e interdependência essencial de todos os fenômenos – físicos, psicológicos, sociais e culturais. É nesse sentido que traçaremos este projeto: encarando o jornalismo e a humanidade que o justifica da forma menos reducionista possível, procurando nos



processos - e não somente nas *estruturas* -, a melhor maneira para representação dos fenômenos sociais que envolvem a atividade jornalística.

Ainda caminhando sobre a idéia de inter-relações, as reflexões aqui apresentadas serão captadas de forma interdisciplinar, buscando na Teoria da Comunicação e na Teoria Literária as bases para o andamento deste trabalho. O projeto tem como foco de trabalho a análise específica de dois elementos – a descrição e o diálogo – todavia os estudos não perdem de vista o todo que envolve desde a comunicação e literatura (enquanto universos acadêmicos) até aspectos subjetivo-culturais de construção da representação do homem através do jornalismo.

Apesar de existir muitos trabalhos direcionados ao estudo do jornalismo unido à literatura, há poucas bibliografias destinadas a estudar, diretamente, as ferramentas para que essa “parceria” aconteça. Este trabalho pretende fornecer subsídios teóricos para que as narrativas jornalísticas construídas sejam embasadas em orientações concretas a respeito das ferramentas utilizadas: neste caso a Descrição e o Diálogo.

2.1. A narrativa como representação do mundo

Mas o que fazer para acrescentar vida – introduzir personagens – nas linhas de uma matéria? Um primeiro passo, um tanto quanto óbvio, é ver/perceber/digerir aquilo que se pretende retratar. Uma boa compreensão da(s) realidade(s) que circundam o jornalista é fundamental para que haja sucesso no compartilhamento de uma informação. Concordando com o professor e, por essência jornalista, Jorge Ijuim, esse projeto entende que *construir narrativas é uma forma de compreender o mundo*. Mais que isso, iniciamos esse projeto com o anseio de colocar o ser humano no lugar de destaque da produção jornalística, identificando os elementos estrutural-narrativos (tanto da teoria literária quanto da comunicação) que nos permitam caminhar rumo a uma (re)humanização do jornalismo no século XXI. Para tal objetivo, buscaremos pinçar da teoria literária, dois elementos que nos auxiliem nesse caminhada: a descrição e o diálogo.

(...) parto do entendimento de que o papel do jornalista é construir narrativas do cotidiano, pois considero que estas superam a visão simplista e consagrada de que lhe cabe simplesmente informar, dar a notícia. (...) Construir narrativas deve envolver uma contextualização precisa e profunda, fruto de uma observação/percepção cuidadosa dos fenômenos sociais. Para as narrativas contextualizadas há que se contemplar os nexos, as significações desejáveis à audiência, de modo que esta perceba os sentidos das mensagens a sua vida. Em suma, construir narrativas implica que o



jornalista necessita absorver/compreender os fenômenos para poder narrá-los. Dessa forma, como pode o repórter construir narrativas se contar somente com fatores objetivos, uma razão empobrecida pela supremacia da técnica e da eficiência? Como pode “dar o fato” sem compreender os nexos de uma realidade complexa? Como pode este jornalista narrar as ações humanas se não estiver sensível e solidário às dores universais? (IJUIM, 2007)

3.1. Estética Jornalística e Estética Literária

A busca pela humanização do jornalismo (neste caso, o impresso) passa, necessariamente, por uma reflexão sobre as orientações estéticas que melhor traduzam a representação do elemento humano. É coerente entender, de forma abreviada, Como o jornalismo e a literatura concebem o conceito de *estética*.

Estética (do grego *aisthesis*: percepção, sensação) é um ramo da filosofia que tem por objecto o estudo da natureza do belo e dos fundamentos da arte. Ela estuda o julgamento e a percepção do que é considerado belo, a produção das emoções pelos fenômenos estéticos, bem como as diferentes formas de arte e do trabalho artístico; a idéia de obra de arte e de criação; a relação entre matérias e formas nas artes.

No entanto, apesar de ter uma origem comum, o conceito de estética varia de acordo com a ciência que o aplica. Os filósofos da Grécia Antiga começaram a pensar sobre a estética através de objetos bonitos e decorativos produzidos em sua cultura. Platão entendeu que estes objetos incorporavam uma proporção, harmonia, e união, tentando entender estes critérios. Nas "Metáfísicas", Aristóteles, por sua vez, achou que os elementos universais de beleza eram a ordem, a simetria, e a definição.

A variação no conceito de “estética” perdura no século XXI e em relação à Literatura e ao Jornalismo não é diferente. A teoria literária, em uma percepção rasa, concebe a estética como inserida em uma estrutura textual, através de recursos estilísticos e da forma como o texto é construído e disposto com fins de apreciação visando a incitação de emoções em seu receptor. Nilson Lage explica que, enquanto na literatura, a forma é compreendida como portadora, em si, de informação estética, em jornalismo a ênfase desloca-se para os conteúdos, para o que é informado (LAGE, 2001).

No jornalismo, a estética está mais diretamente relacionada ao modo como o jornalista recorta a realidade e a reconstrói na esfera pública da notícia. Isso inclui não só a singularidade que o jornalista consegue ressaltar do fenômeno em questão, mas também o modo como o jornalista retrata tal fenômeno. Nesse sentido é necessário ao



jornalista usar os recursos técnicos que se tem a disposição para dar corpo à notícia. O estético surge da capacidade de fazer da técnica jornalística um componente para capturar meandros de uma realidade, tão comum quanto estranha, aos olhos despercebidos da maioria. O “contar uma história”, ou narrar, não é restrito ao escrever, ou a como utilizar as construções textuais corretas, mas sim em como utilizar a linguagem na busca da compreensão do mundo, tarefa essa inerente ao jornalista. No jornalismo, então, a forma não carrega a informação estética em si mesma, mas dá forma ao conteúdo que elucida. Quando a linguagem se sobrepõe essa função, o jornalismo deixa de ter sentido real.

3.2. Lidando com a vida

É a vida que dá sentido a uma narrativa e vice-versa. Quando o elemento humano é um coadjuvante das linhas de uma matéria, ela perde consequentemente a vivacidade que motiva o interesse do leitor em saber mais, em esperar a próxima cena. De acordo com o lingüista, semiólogo e filósofo Tzvetan Todorov, *a narrativa é igual à vida; a ausência de narrativa, à morte*. Em outra citação ele é ainda mais radical, dizendo que, em algumas situações, *a narrativa imperfeita também é igual à morte*. (TODOROV, 1970)

Ao reconhecer que a construção de narrativas é fundamental ao jornalismo e que a essência da narrativa é a própria vida (em todas as suas dimensões objetivas e subjetivas) passamos a nos perguntar: O modelo estético proposto – ou imposto – ao jornalismo contemporâneo, na forma de estruturas textuais padronizadas, tem sido suficiente para retratar a vida? A escrita “enxuta”, desprovida de sentidos ou subjetividades, tem dado conta de traduzir, ou pelo menos representar, um ser humano?

Somos humanos porque somos simbólicos. Falamos e gesticulamos. E isso nos faz humanos. Também rimos e choramos, outras marcas do humano. Além disso, sonhamos, fabricamos e trabalhamos. Mas isso não basta. Precisamos brincar, jogar, cantar, dançar. Tudo isso ainda não foi suficiente. A aventura da linguagem parece ser infinita. (SANTAELLA, 2000, p. 9)

Reconhecendo a amplitude do tema acima exposto, não existe aqui a intenção, ou a pretensão, de solucionar todos os problemas relacionados à “desumanização” do jornalismo, tal tarefa seria praticamente impossível, dada complexidade que envolve seus fatores determinantes. Esse trabalho se aterá a entender a forma como as estruturas estéticas das narrativas literárias, podem otimizar (ou não) a compreensão do discurso



jornalístico por parte do receptor. Para isso, um primeiro e principal problema toma evidência: A linguagem padronizada e econômica – quanto a recursos estéticos – da qual se vale o jornalismo impresso contemporâneo, reduz a capacidade do leitor em compreender o mundo que se é mediado?

Se, hipoteticamente, a resposta para esse questionamento é “sim, esse padrão jornalístico reduz a compreensão das realidades retratadas”, emerge-se outro questionamento mais específico que esse projeto visa estudar: Quais as ferramentas estético-narrativas mais úteis na busca por um aprofundamento na compreensão da narrativa jornalística?

Não tarde, é interessante que façamos aqui um breve intervalo para buscar uma definição do que se entende por “compreender” algo ou alguém. A palavra “compreender” vem do latim “*comprehendere*” e uma de suas definições, segundo o Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa é “estar incluído”, “estar contido”. Logo, para que um texto permita ao leitor compreender o tema tratado, é necessário que esse leitor esteja incluído, ainda que momentaneamente, naquilo que lhe é informado. O texto que visa uma máxima compreensão, nessa perspectiva, deve fornecer subsídios suficientes, para que, no momento da leitura, o receptor veja o que viu os personagens da matéria, saber sobre suas aparências, ouvir o que eles ouviram, sentir o que eles sentiram, etc. O trecho abaixo, por exemplo, fala de uma situação noticiosa comum - uma greve de estudantes da Universidade de São Paulo - no entanto, o texto encontra na descrição de um personagem e de um ambiente, uma forma de criar empatia com seu leitor, tornando a informação mais rica em detalhes e em profundidade. Perceba que o texto carrega em si não só um estilo diferenciado, mas as informações elementares que o caracteriza como noticioso:

Rubens Previato de Oliveira, 58, é um homem à frente de seu tempo - ou seja, os anos se passaram e o seu tempo, ali mais ou menos por volta de 1970, ficou para trás. São coisas da vida, para as quais o Rubão não está nem aí. Permanece o mesmo à medida que fica mais velho, numa coerência que vai se degenerando em rugas, fios brancos, vista cansada e um câncer de pele. Ainda assim segue cabeludo, barbudo, comunista, um receptáculo de energias cósmicas e chinelões de couro, um profeta a serviço de deuses e astronautas. Foi esse Rubão aí que se viu de repente diante da reitoria da USP, no campus da Cidade Universitária, há duas semanas. Estava batendo perna quando mirou uma grande faixa aberta sobre a porta de entrada do prédio - “Reitoria ocupada”. Reitoria ocupada??? Aproximou-se: “O que está acontecendo aqui?”. Ouviu dos estudantes que as instalações tinham sido tomadas por eles em protesto contra decretos do governo do Estado que feriam a autonomia da Universidade. “Decretos??? Decretos de quem??? Do



Serra???”. Sentiu que aquela era a sua praia: “Eu estou com vocês!!!”. Desde a segunda-feira 7, Rubens Previato ocupa a reitoria, junto com cerca de 100 alunos igualmente cabeludos, barbudos e chineludos. Rubão virou o herói da resistência, um Che Guevara renascido, um Raul Seixas que filosofa pelos corredores. O pessoal adora e o Rubão está em casa - ele entrou na máquina do tempo⁴.

Tomando como gancho o trecho acima, aliado a estudos realizados por mim desde 2005 (Iniciação Científica, artigos científicos, grupo de pesquisa “Jornalismo e Construção de Narrativas: Em Busca da Subjetividade Perdida”), este projeto de pesquisa toma como ponto de partida duas ferramentas estéticas (textuais) que, em nível de hipótese de pesquisa, podem ser úteis às finalidades deste projeto: a *Descrição* e o *Diálogo*. Estes dois elementos já são apontados por pesquisadores – como Edvaldo Pereira Lima, Cremilda Medina, Dulcília Buitoni (dentre outros) – como benéficos na condução de uma narrativa jornalística humanizada e humanizadora (profunda em informações e complexa em conceitos). Abaixo, seguem explicações iniciais sobre cada um destes elementos bem como as citações que auxiliam na construção de uma visão técnica sobre suas contribuições à prática jornalística.

3.3. A pessoa que fala na matéria (Diálogo)

Sabemos que ao tratar do universo das técnicas jornalísticas, o espaço que se abre a audição das fontes envolvidas em uma determinada pauta se dá através da *entrevista* e não do *diálogo*, e este pode apresentar-se como um possível elemento a ser desenvolvido no decorrer desta pesquisa. Partimos do entendimento de que quando duas pessoas interagem numa relação cotidiana elas não o fazem mediadas por entrevistas mútuas, mas através do diálogo, onde as informações são comunicadas (compartilhadas) objetivando a *troca solidária* de informações e não só a *transmissão* de uma mensagem (de “A” para “B”). Tal proposição pode ser melhor compreendida e apoiada na seguinte citação de Cremilda Medina em seu livro *Entrevista: o diálogo possível*.

A entrevista pode ser apenas uma eficaz técnica para obter respostas pré-pautadas por um questionário. Mas certamente não será um braço da comunicação humana, se encarada como simples técnica. Esta – fria nas relações entrevistado-entrevistador – não atinge os limites possíveis da inter-relação, ou, em outras palavras, do *diálogo*. Se quisermos aplacar a consciências profissional do jornalista, discuta-se a técnica da entrevista; se

⁴ Trecho da matéria “O Invasor” - referente à ocupação da reitoria da USP por acadêmicos em 05/2007 - escrita por Fred Melo Paiva e publicada no dia 20/05/2007 pelo caderno Aliás (O Estado de São Paulo).



quisermos trabalhar pela comunicação humana, proponha-se o diálogo.
(MEDINA, 1986, p. 5)

Um dos principais pensadores sobre Teoria da Complexidade, Edgar Morin também infere a respeito da entrevista voltada à produção midiática. Ele destaca quatro tipos, classificados como dos quais destaca a *Entrevista-diálogo*. “Em certos casos felizes, a entrevista torna-se diálogo. Este diálogo é mais que uma conversação mundana. É uma busca em comum. O entrevistador e o entrevistado colaboram no sentido de trazer à tona uma verdade que pode dizer respeito à pessoa do entrevistado ou a um problema.” E as *Neoconfissões* onde “o entrevistador se apaga diante do entrevistado. Este não continua na superfície de si mesmo, mas efetua, deliberadamente ou não, o mergulho interior. Alcançamos aqui a entrevista em profundidade da psicologia social. Tal entrevista traz em si sua ambivalência: toda a confissão pode ser considerada como um *strip-tease* da alma, feita para atrair a libido psicológica do espectador, quer dizer, pode ser objeto de uma manipulação sensacionalista, mas também toda a confissão vai muito mais longe, muito mais profundamente que todas as relações humanas superficiais e pobres da vida cotidiana”.

Em um subtítulo sugestivo - “A pessoa que fala no romance” -, Bakhtin faz uma afirmação que cabe perfeitamente à narrativa jornalística aqui proposta. Substituindo ou acrescentando a palavra “jornalismo” a cada momento que o autor se refere ao “romance”, obtemos a representação de parte das elucubrações levantadas por essa pesquisa.

(...) Disto se segue uma característica extraordinariamente importante do gênero romanesco: o homem no romance é essencialmente o homem que fala; o romance necessita de falantes que lhe tragam seu discurso original. (...) O sujeito que fala no romance é um homem essencialmente social, historicamente concreto e definido e seu discurso é uma linguagem social (ainda que em embrião), e não um dialeto individual. (BAKHTIN, 1993, ps. 134, 135).

Notamos no discurso de Bakhtin uma preocupação em dar voz a um personagem, em permitir que a narratividade seja conduzida por suas palavras, já que ele não carrega em si um “dialeto individual”, mas uma “linguagem social”. Parte-se do *strictu* para se compreender o *lato*. “Não é possível representar adequadamente o mundo ideológico de outrem, sem lhe dar sua própria ressonância, sem descobrir suas palavras” (BAKHTIN, 1993. pg. 137).



A ferramenta do diálogo em uma narrativa jornalísticas, desperta no leitor uma interação maior àquilo que lhe é apresentado. Por esse caminho, Tom Wolfe discorre a respeito do novo jornalismo que se propôs na década de 1960:

O básico era a construção cena a cena, contando a história cena a cena e recorrendo tão pouco quanto possível à narração puramente histórica. Daí as extraordinárias reportagens que os novos jornalistas às vezes faziam: podiam testemunhar efetivamente as cenas nas vidas das outras pessoas à medida que aconteciam – e registrar o diálogo completo que era o recurso número dois. Os redatores de revista, assim como os primeiros romancistas, aprenderam por tentativa e erro algo que os estudiosos acadêmicos demonstram: que o diálogo realista envolve o leitor mais completamente do que qualquer outro recurso. (WOLFE, 1991, p. 31)

Sabendo que a função do jornalista não é a, pretenciosa, idéia de transmitir a “verdade” – muito menos produzi-la –, cabe a esse profissional a tarefa, simples e complexa, de construir relatos humanos de uma realidade social que é humana por essência. Dentre as ferramentas que Ijuim (2007, pg. 21) identifica como útil na busca por um jornalismo humanizado está o *Diálogo Completo*, “um diálogo realista, com travessões, abrindo espaço efetivo para as falas dos personagens”. Dessa forma se abre espaço na matéria para que os personagens expressem livremente os relatos que as legitima como fonte do assunto abordado. Através do personagem que fala a narrativa é conduzida a um caminho que parte de uma fonte individual e chega a um panorama coletivo, ou social no caso do jornalismo.

3.4 A pessoa que vê (Descrição)

De acordo com Sodré e M^a Helena Ferrari, a descrição pode ser entendida como a imobilização de um objeto ou ser em certo instante do processo narrativo. Fixa-se um momento, um lado, um aspecto do ser que se move, retendo-o através da permanência de sua imagem imóvel. Edvaldo Pereira Lima acrescenta ainda que a descrição “é como um corte na dinâmica narrativa. Em lugar de focar a ação, interrompe-a momentaneamente para ilustrar características físicas e particulares de pessoas, ambientes e objetos. Serve ao propósito de iluminar os personagens de um acontecimento, o lugar onde se dá, os artefatos ali presentes. Como o nome sugere, é um lançar de luzes que amplia a nossa percepção, emoldurando melhor o acontecimento do qual trata a matéria” (LIMA, 2005)

A narrativa jornalística é como um aparato óptico que penetra na contemporaneidade para desnudá-la, mostrá-la ao leitor, como se fosse uma



extensão dos próprios olhos dele, leitor, naquela realidade que está sendo desvendada. Para cumprir tal tarefa, a narrativa tem de selecionar a perspectiva sob a qual será mostrado o que se pretende. Em outras palavras, deve optar na escolha dos olhos – e de quem – que servirão como extensores da visão do leitor. (LIMA, 2004, pg. 161)

Por essa toada (como diriam os mineiros mais antigos) a descrição é o momento em que se pausa a dinâmica da narrativa a fim dar subsídios para que o leitor seja envolvido no texto. De forma ilustrativa é como se o leitor tomasse por empréstimo temporário os cinco sentidos do jornalista (*visão, audição, olfato, tato, paladar*) e adentrasse nas mais diferentes cenas interagindo com os personagens e seus conflitos. Diferentemente de veículos como a TV, onde as imagens são *dadas*, nos meios impressos as imagens devem ser sugeridas, *estimuladas*, para que o próprio leitor as construa. Tom Wolfe corrobora esta afirmação ao destacar que “a comunicação impressa (ao contrário do cinema ou teatro) é um meio indireto que, mais do que ‘criar’ imagens ou emoções, estimula as memórias do leitor”.

Os escritores mais talentosos são os que manipulam os conjuntos de memória do leitor de tal modo sofisticadamente que criam dentro da mente deste um mundo completo que ressoa com as próprias emoções reais do leitor. Os eventos estão meramente acontecendo na página impressa, mas as emoções são reais. (WOLFE, 1991, pg. 47)

Percebe-se nas citações elencadas acima uma orientação no sentido de criar um ambiente figurativo para as matérias que se pretende construir. Propomos um caminho rumo à superação da clássica equação 3Q, CO, PQ (Quê, Quem, Quando, Como Por quê?). Não é intenção deste projeto, negar aquilo que já se conquistou através dos modelos de captura de notícias. Nossa argumentação é que tal modelo não é, por si só, suficiente para que o jornalismo, efetivamente, cumpra seu papel de mediador de uma sociedade que é totalmente complexa (objetiva e subjetivamente falando). Muito mais que identificar o “3Q, CO, PQ”, uma matéria humanizada deve ter liberdade para mostrar: “Com que roupa?”; “Com que aspecto?”; “Qual o cheiro?”, etc.

Pelo ângulo de teorias calcadas no cartesianismo (a Teoria do Espelho, por exemplo, em meados do século XIX e início do XX), o jornalismo adota uma idéia chave de separação entre “fatos” e “opiniões”. O jornalismo passava, de maneira mais incisiva, a (tentar) assumir uma postura de transmissor da realidade tal qual se apresenta, sem nenhum tipo de interferência *subjetividade*: palavra essa tomada por



muitos com grande teor de asco. Em 1856, o correspondente da agência noticiosa *Associated Press* em Washington faz uma citação que serviria como a pedra fundamental da concepção de jornalismo que surgia: “O meu trabalho é comunicar fatos: as minhas instruções não permitem qualquer tipo de comentário sobre os fatos, sejam eles quais forem” (READ, 1976, pg 108). Nesse sentido, passa-se a incorporar fórmulas prontas (*lead*, pirâmide invertida, etc.) de captação do fato noticioso, a fim de não incorrer em erros; como se isso fosse possível. A perseguição ao ideal de objetividade fica ainda mais evidente no século XX e início do século XXI, excluindo das produções qualquer tipo de manifestação subjetiva.

Apesar de essa realidade ter tomado proporção quase que generalizada nas redações, na década de 1960 surge o *New Journalism*. Nesse pré-projeto não nos aprofundaremos em aspectos histórico-teóricos dessa corrente, antes, vamos ao que, efetivamente, nos interessa aqui: a forma como eles conduziam a tecelagem das narrativas jornalísticas.

Dentre as principais proposições dos *sixties* está a construção “cena a cena” das narrativas. Nesse recurso as imagens de uma cena referente a notícia é desenhada pela narrativa diante do leitor, trazendo-o para dentro do texto de forma envolvente. De acordo com Tom Wolfe, um dos precursores desse *novo jornalismo*, a comunicação impressa (ao contrário do cinema ou do teatro) é um meio indireto que, mais do que “criar” imagens ou emoções, estimula as memórias do leitor. Esta operação – o disparar a memória do leitor – tem algumas vantagens singulares e maravilhosas. Wolfe ainda pontua que, “se os estudiosos do cérebro estão certos, a memória humana parece feita de conjuntos de doas significativos (...) Esses conjuntos de memória frequentemente combinam inteiramente uma imagem e uma emoção” (WOLFE, 1991).

O *New Journalism* (década de 60) reincorporou alguns recursos estilísticos que permitiram maior fruição nos textos. Tais recursos são de grande importância no objetivo tomado como missão por esse projeto, o de caminhar rumo a (re)humanização do jornalismo no século XXI. Segue abaixo quatro dessas ferramentas, também pontuadas por Jorge Ijuim em seu artigo “Por um jornalismo humanizado”:

- *Construção cena por cena* – contar a história recorrendo o mínimo possível à mera narrativa histórica (cronológica). Pode ser por descrição pictórica, topográfica, cinematográfica, etc.



- *Diálogo completo* – Um diálogo realista, com travessões, abrindo espaço efetivo para as falas dos personagens. Estabelece e define mais rápido e com mais precisão o personagem.
- *Ponto de vista* – Apresentar cada cena por intermédio dos olhos de um personagem particular, dando ao leitor a sensação de estar dentro da cabeça do personagem, experimentando a realidade emocional da cena como o personagem a experimenta (“eu estava lá”).
- *Status de vida da pessoa (simbolismo)* – Registro de gestos, hábitos, maneiras, costumes, estilos de mobília, roupas, decoração, maneiras de comer, viajar, manter a casa, modo de se comportar com os filhos, com os criados, com os superiores, com os interiores, com os pares; além de ares, olhares, poses, estilos de andar e outros detalhes simbólicos do dia-a-dia que possam existir dentro de uma cena. (IJUIM, 2006, pg. 21)

Tais ferramentas surtiram efeito positivo quando aplicados pelos representantes do *New Journalism* na década de 60, no entanto, como já foi dito neste trabalho, hoje a realidade tanto de produção como de consumo da informação jornalística é bastante distinta. Interessante seria a adequação dessas ferramentas ao contexto cultural-mercadológico em que vivemos e encontrar os caminhos para que a humanização da narrativa jornalística alcance os veículos de imprensa já consolidados. Em outras palavras: para que esse tipo de jornalismo proposto ganhe amplitude é necessário que ele não atinja somente a classe intelectual de leitores, mas que atraia o maior número possível de pessoas, tornando esse “jornalismo humanizado” mais que um bom negócio para o futuro ideológico da profissão, um bom negócio também em termos de mercado.

4 Considerações Finais

É evidente que o jornalismo impresso contemporâneo vive uma realidade distinta das últimas décadas. A globalização tornou tudo muito rápido e superficial. Não se tem tempo nem interesse geral para grandes leituras e essa é uma das justificativas (ou desculpas) para a construção de matérias cada vez menores, superficiais e, conseqüentemente, frias. O homem parece perder importância para os fatos e a *desumanização* da narrativa jornalística é algo incontestável.

Assim como citado no título, esse projeto pretende contribuir na busca pela (re)humanização do jornalismo, para isso tem-se como ponto de partida e chegada o ser



humano em todos os seus aspectos (objetivos e subjetivos). Caso se mostre necessário poderá acontecer uma ponte com estudos da área de letras, pinçando das teorias literárias, os elementos estéticos como caminhos para esse (velho) *Novo Jornalismo* aqui proposto. Voltando às ferramentas que servirão como ponto de partida temos a abertura de espaço para o diálogo completo permitindo que a narrativa seja conduzida pelos próprios personagens. Isso dá legitimidade ao discurso, já que, quem apresenta a informação é alguém que participou diretamente do fato. E na descrição, o leitor é como que tomado pela mão e levado à cena sugerida. Essa ferramenta estimula a sinestesia, sugerindo cores, odores, sons, enfim, qualquer elemento que desperte na memória do leitor sensações que o ajudem a compreender o texto.

A pesquisa pretende se manter perseverante no sentido de que a comunicação é sempre intrínseca à idéia de compartilhar algo. Um emissor que não emita, mas proponha ao leitor uma interação com as informações que lhe é oferecida. O comunicador na posição de jornalista fornece elementos suficientes para que o leitor construa sua própria compreensão, sempre de acordo com suas memórias, sensações, sentimentos e pensamentos.

5 Referências Bibliográficas

BAKHTIN, Mikhail. *Questões de literatura e estilística: A teoria do romance*. 3ª edição. São Paulo, SP: Editora Unesp, 1993.

CANDIDO, Antonio; Rosenfeld, Anatol; Prado, D. A; Salles Gomes, P. E. – *A personagem de ficção*. São Paulo, SP, Perspectiva, 1976.

CAPRA, Fritjof. *O Tao da Física*. São Paulo, SP, editora Cultrix, 1985.

_____. *O ponto de mutação*. Trad. Álvaro Cabral. São Paulo, SP. Cultrix, 1993.

_____. *A teia da vida*. Trad. Newton R. Eichenberg. São Paulo, SP. Cultrix, 1999.

CHAPARRO, Manuel Carlos. *Pragmática do jornalismo*. São Paulo, SP. Summus, 1994.

DINES, Alberto. *O papel do jornal – uma releitura*. 4ª ed. São Paulo, SP. Summus, 1986.

FOLHA DE SÃO PAULO. *Manual da Redação*. Folha de São Paulo. 5ª edição. São Paulo, SP. Publifolha, 2002



- GIL, Antônio Carlos. *Métodos e Técnicas de Pesquisa Social*. São Paulo, SP: Editora Atlas, 1999
- HARVEY, David. *Condição Pós-Moderna : uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural*. 6 ed. São Paulo, SP: Loyola, 1996
- IJUIM, JK. *Jornal escolar e vivências humanas: um roteiro de viagem*. Bauru: Edusc; Campo Grande, MS: Edufms, 2005
- _____. *Por um jornalismo humanizado: Reflexões sobre uma abordagem alternativa ao fazer jornalístico*. Campo Grande, MS. 2007
- LAGE, Nilson. *Linguagem jornalística*. 7ª edição. São Paulo, SP: Ática, 2001. 78 p.
- _____. *A estrutura da notícia*. São Paulo, SP. Ática, 1987.
- LIMA, Edvaldo Pereira. *Páginas Ampliadas: o livro reportagem como extensão do jornalismo e da literatura*. Campinas, SP. Editora Unicamp, 1995.
- _____. Artigo: *A importância da descrição*. São Paulo/SP, 2005. Disponível em <<http://www.textovivo.com.br/edvtt19.htm>>. Acesso em 20 outubro de 2005
- MEDINA, Cremilda. *Entrevista: o diálogo possível*. São Paulo, SP, Ática, 1986
- _____. *Notícia – um produto à venda: jornalismo na sociedade urbana e industrial*. São Paulo, SP, Alfa-Omega. 1978.
- _____. *A arte de tecer o presente – narrativa e cotidiano*. São Paulo, SP. Summus, 2003.
- MORIN, Edgar. *A entrevista nas Ciências Sociais, na rádio e na televisão*. In: MOLES, A. et allii. *Linguagens na cultura de massa*. Petrópolis, RJ, Vozes, 1973.
- _____. *Ciência com consciência*. Rio de Janeiro, RJ. Bertrand, 1999.
- _____. *A cabeça bem-feita: repensar a reforma, reformar o pensamento*. 8ª ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2003.
- SANTAELLA, Lucia. *A teoria geral dos signos: como as linguagens significam as coisas*. São Paulo: Pioneira, 2000. 153 p.
- TODOROV, Tzvetan. *As estruturas narrativas*. São Paulo, SP: Editora perspectiva, 1970.
- WOLFE, Tom. *Os Eleitos*. Rio de Janeiro, RJ. Editora Rocco, 1991
- _____. *Radical chique: O Novo Jornalismo*. São Paulo, SP: Companhia das Letras, 2005.