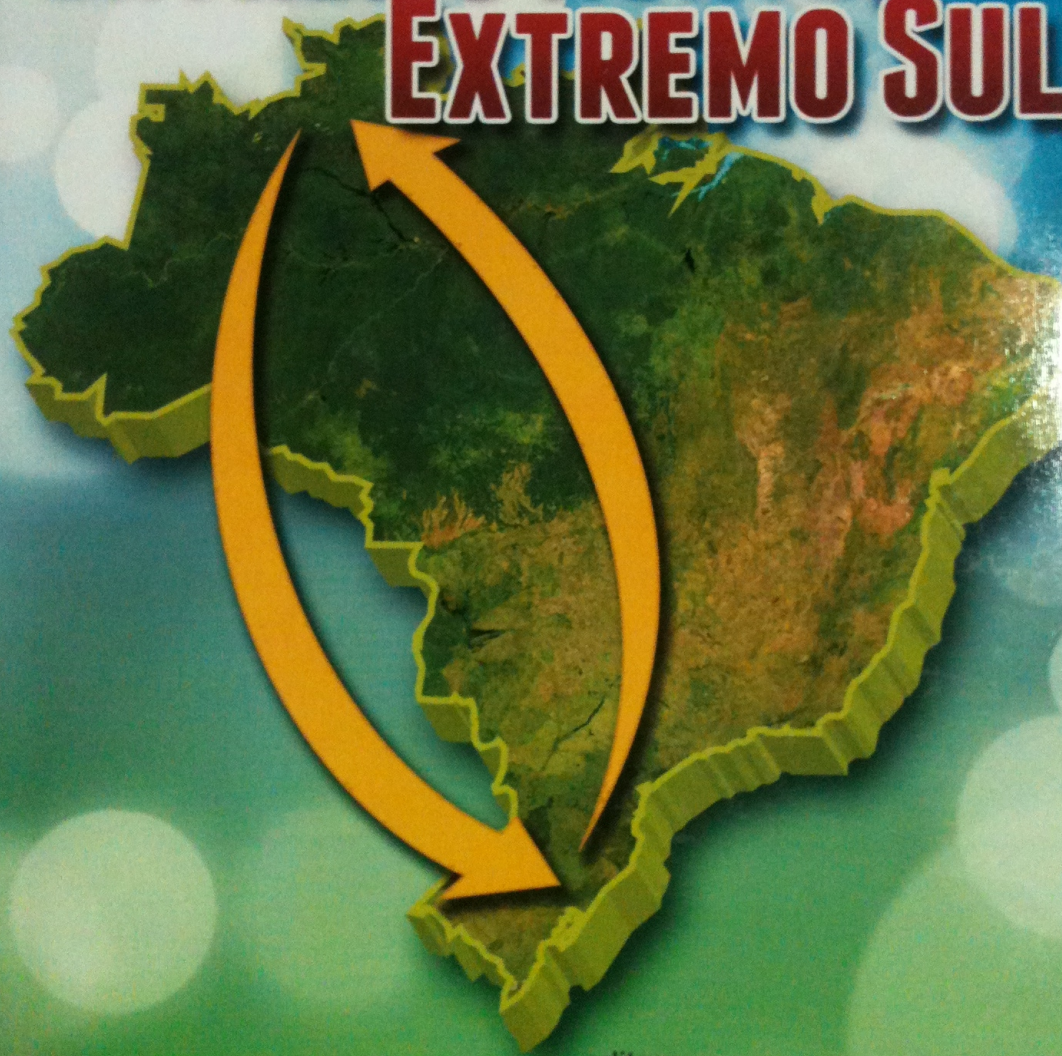


Roberta Scheibe (Org.)

EXTREMO NORTE, EXTREMO SUL



editora
Virtual Books

© Copyright 2011, Roberta Scheibe (organizadora).

Capa: Kythão

1ª edição

1ª impressão 2011

Todos os direitos reservados.
Nenhuma parte desta edição pode
ser utilizada ou reproduzida - em qualquer meio ou forma -
nem apropriada e estocada sem a expressa
autorização de Roberta Scheibe (organizadora).

Scheibe, Roberta (organizadora)

Extremo Norte, Extremo Sul. Roberta Scheibe (organizadora). Pará
de Minas, MG: Editora Virtualbooks, 2011. 204p. 14x20 cm.

ISBN 978-85-7953-248-1

1. Educação 2. Pesquisas Acadêmicas. 3. Jornalismo. Brasil. Título.

CDD- 370

Livro preparado e editado por
VIRTUALBOOKS EDITORA E LIVRARIA LTDA.
Rua Benedito Valadares, 560 - centro -
35660-000- Pará de Minas - MG - Brasil
Tel.: (37) 32316653 - e-mail: vbooks01@terra.com.br
<http://www.virtualbooks>

APRESENTAÇÃO

TÃO LONGE, TÃO PERTO¹

Extremo Norte, Extremo Sul, relata pesquisas acadêmicas vividas por meus alunos e que desembocam em minhas próprias experiências. Durante a caminhada acadêmica – ainda curta -, tive a oportunidade de orientar um bom número de alunos em seus trabalhos de conclusão de curso. Logo, neste livro, estão algumas monografias transformadas em artigos, produzidos por discentes no Rio Grande do Sul e no Amapá. De um extremo ao outro, nas próximas páginas o leitor vai conhecer e entender a realidade da Comunicação social em lugares tão distintos.

Comecei em Passo Fundo, no Rio Grande do Sul, na Universidade de Passo Fundo (UPF). Depois, com apenas roupas e uma gatinha de verdade na sacola, cruzei o país. Instalada no Amapá, fui coordenar os cursos de Comunicação Social na única instituição do Estado que até então oferecia Jornalismo, Publicidade e Propaganda e Relações Públicas, a Faculdade Seama. Nos dois Estados conheci e trabalhei com pessoas singulares, de intenso teor crítico e social.

Este conjunto de textos está reunido para evidenciar a produção de conhecimento dos alunos, considerando a importância de se discutir questões atuais voltadas à comunicação social em suas mais diversas áreas. Aqui, além do incentivo à prática da pesquisa específica em jornalismo, há um diálogo entre comunicação, cultura e sociedade; as múltiplas linguagens e a pluralidade de idéias e discursos de novos pesquisadores. Ao longo dos treze artigos desvendam-se trabalhos com temáticas peculiares em cada aldeia, relacionando à clássica “aldeia global” de Marshall McLuhan.

Por fim, Extremo Norte, Extremo Sul assim como no filme de Wim Wenders, é o retrato de um tempo, onde o que está em jogo é a observação e o envolvimento com os

¹Referência ao filme de mesmo nome realizado pelo cineasta Wim Wenders, em 1993, na Alemanha. O filme trata-se de um anjo que vem à terra. Ele busca um antigo amigo, também celestial, que se transformou em humano após apaixonar-se por uma trapezista. Enquanto o anjo não encontra o amigo, também se transforma em mortal para poder observar as pessoas e se envolver nos seus dramas.

episódios do cotidiano, que inevitavelmente estão “tão longe, tão perto” da Comunicação Social e de muitos espaços geográficos.

Roberta Scheibe

SUMÁRIO

NOME DO ARTIGO.....página

Nome do autor

NOME DO ARTIGO.....página

Nome do autor

O GOSTO DA GUERRA: UM LIVRO-REPORTAGEM CONFESSIONAL

Gabriela Willig²

RESUMO

O livro-reportagem *O Gosto da Guerra*, de José Hamilton Ribeiro, traz características diferentes da maioria das demais obras deste gênero. O livro se destaca pelo seu conteúdo de interesse histórico e, também, por conter uma narrativa que prima pelo uso da primeira pessoa e as observações do autor. Este artigo analisa a forma narrativa que José Hamilton Ribeiro escolheu para construir *O Gosto da Guerra*. O objetivo é descobrir como ele aliou, no relato, características fundamentais da reportagem e elementos típicos da Literatura Confessional, para construir uma obra que pode ser chamada de Jornalismo Confessional. A pesquisa foi fundamentada nos conceitos e características da reportagem, gênero que vem para romper com as amarras do jornalismo convencional. Também é abordada a questão da Literatura Confessional e a influência que pode exercer no jornalismo em primeira pessoa.

Palavras-chave: reportagem, livro-reportagem, Novo Jornalismo, *O Gosto da Guerra*, revista *Realidade*, literatura confessional, diários, memórias, autobiografia.

Introdução

O livro *O Gosto da Guerra*, de José Hamilton Ribeiro, apresenta a união de dois gêneros. Por um lado, a grande reportagem e, por outro, a Literatura Confessional. O uso da primeira pessoa e a inserção do jornalista como personagem de seu texto, estava em

2
1 Gabriela Willig é jornalista, formada pela Faculdade de Artes e Comunicação da Universidade de Passo Fundo. Atualmente reside em Foz do Iguaçu e está cursando especialização em Assessoria de Comunicação pela Fundação Assis Gurgacz, de Cascavel. O endereço eletrônico é: gabriela_willig@yahoo.com.br

evidência na época em que o repórter escreveu e publicou o texto. Os elementos da literatura, inseridos no modo de produção jornalístico vieram ao Brasil por influência do Novo Jornalismo, que se desenvolvia na mesma época nos Estados Unidos. Porém, José Hamilton Ribeiro fez muito mais do que seguir uma técnica dos expoentes deste movimento jornalístico-literário dos anos 60.

Este trabalho analisa, portanto, o caráter confessional da obra e desvendar se é possível batizar *O Gosto da Guerra* como um livro-reportagem confessional. Para isso, são expostas as características dos gêneros da Literatura Confessional importadas para o texto de Ribeiro e como esses gêneros são aplicados para a construção do livro-reportagem. É examinado, também, se há elementos em comum entre as modalidades da Literatura Confessional (autobiografia, diário íntimo e memórias) e as reportagens jornalísticas que se utilizam da forma verbal da primeira pessoa.

A metodologia para alcançar esses fins foi a pesquisa bibliográfica qualitativa com método analítico-comparativo.

O livro

Publicado pela primeira vez na forma de livro em 1969, *O Gosto da Guerra* é o relato real dos dias que o jornalista José Hamilton Ribeiro passou no Vietnã. Nascido em Santa Rosa de Viterbo, em 1932, José Hamilton Ribeiro é o profissional mais premiado da história do jornalismo brasileiro. Porém, o que faz Ribeiro ser um ícone do jornalismo brasileiro não é o número de prêmios. José Hamilton Ribeiro, que hoje trabalha no programa Globo Rural, ficou conhecido depois de ter ido ao Vietnã onde durante sua viagem acabou perdendo uma perna num campo de batalha.

Ribeiro foi escalado para cobrir a guerra nesse país pela revista *Realidade*, publicação que durante sua curta duração se especializou em grandes reportagens com forte influência da literatura. A idéia inicial era passar 20 dias no Vietnã do Sul (aliado dos Estados Unidos) e outros 20 no Vietnã do Norte, que era comunista, para trazer uma “visão brasileira” dos dois lados do conflito. Mas o visto para entrar no Vietnã do Norte, onde nenhum repórter brasileiro havia estado, nunca chegou. O documento só era concedido para

cidadãos de países que tinham regimes comunistas. A reportagem acabou sendo feita apenas no Vietnã do Sul.

Sem poder entrar no lado comunista, nem ter contato com a visão dos vietcongues na guerra, Ribeiro passou 40 dias no Vietnã. Nesse tempo ele viu de perto a vida na capital vietnamita, o dia-a-dia dos soldados americanos, a prostituição nas ruas de Saigon, etc. No último dia no país, o fotógrafo japonês Shimamoto convenceu Zé Hamilton a acompanhar o exército norte americano em uma operação numa localidade batizada de *Estrada Sem Alegria*, para fazer a que seria a foto principal da reportagem. O que aconteceu nesse lugar, deu visibilidade ao repórter brasileiro em todo o mundo. Ribeiro foi atingido por uma mina terrestre, enterrada em meio a uma plantação de batata doce. Shimamoto conseguiu fazer a imagem de impacto que tanto queria: fotografou Zé Hamilton ferido, depois do acidente.

O acidente fez com que Ribeiro perdesse uma perna e o retorno ao Brasil fosse adiado para mais de um mês depois do previsto. Nesse tempo, o repórter foi levado para vários hospitais militares, onde fez muitas cirurgias. E foi nesse período que *O Gosto da Guerra* foi escrito. Enquanto se recuperava das cirurgias, esperava pela próxima dose de morfina para conter a dor e contava os dias para poder retornar para casa, Zé Hamilton manteve um diário. Nele, o repórter relatou todo o misto de sensações e emoções que passava naquele momento, além de observar o vai e vem dos hospitais de guerra por onde passou. Ao mesmo tempo em que relata o que está passando, ele lembra todos os passos que o levaram ao Vietnã, desde a discussão da pauta pela equipe da *Realidade*, os preparativos para a viagem, as primeiras impressões no país em guerra, o contato com a população vietnamita, etc.

Após a volta ao Brasil, o relato foi publicado na edição de agosto de 1968 com o título *Eu estive na Guerra*. Tamanha foi a repercussão, que um ano após a reportagem sair na revista, ela foi publicada na íntegra em forma de livro-reportagem (por questão de espaço, o texto foi editado para sair na revista *Realidade*). Em 2005, uma 2ª edição do livro foi publicado na Coleção Jornalismo de Guerra, da editora Objetiva.

Se tudo tivesse dado certo quando José Hamilton Ribeiro foi ao Vietnã, o texto que o repórter escreveria não seria o mesmo. É um conjunto de fatores que faz com que a reportagem escrita por Zé Hamilton seja tão importante para a história do jornalismo brasileiro. Num país que não tem, tradicionalmente, cultura de correspondentes de guerra, o

fato de um repórter ter acompanhado o conflito de perto e ainda ter sido vítima dele – afinal, ele perdeu uma perna durante a cobertura – gerou comoção antes mesmo da volta ao Brasil.

A situação que o repórter da revista *Realidade* passou já era bastante dramática. Ele próprio descreve esses dias como “Um jogo no inferno”. (RIBEIRO, 2005, p. 03) Ribeiro nunca esclareceu se ao começar os escritos no hospital ele já pensava que esse seria o texto a ser publicado, ou se simplesmente era uma forma de desabafar e ajudar a passar o tempo naqueles dias traumáticos.

O jornalista não tinha muitas opções para construir o texto. Ele não poderia sair fazer entrevistas ou realizar pesquisas, até porque tudo isso já estava feito. Por um lado Zé Hamilton tinha todas as informações levantadas desde a sua chegada no país, por outro ele tinha a sua própria situação, as dores no corpo, a saudade, o tempo ocioso numa cama de hospital, o próprio cenário do hospital onde chegavam diariamente soldados e civis mutilados e feridos pela guerra. Poderia o repórter fazer um relato isento, trazer sua visão da guerra, sem envolver a sua própria condição naquele momento? A resposta parece óbvia. Ele não conseguiria fazer essa separação, primeiro porque ele era um personagem dessa história. O autor foi muito mais do que um correspondente brasileiro no Vietnã. Ele foi uma vítima daquele conflito e isso o impediria de fazer uma avaliação distante. Ele já tinha sentido na boca a mistura de “terra, pólvora e sangue”, que mais tarde veio a saber, “era o gosto da guerra.” (RIBEIRO, 2005, p. 20). Como escreveu numa passagem do livro: “Minha cabeça caminha livremente pelo mundo, mas a cama é a realidade maior.” (Idem., 2005, p. 52).

O Gosto da Guerra como obra jornalística

Nilson Lage define que reportagem compreende “desde a simples complementação da notícia, [...] até o ensaio capaz de revelar, a partir da prática histórica, conteúdos de interesse permanente”. (LAGE, 1981, p. 63). Nesse sentido, a reportagem escrita por José Hamilton Ribeiro se encaixa nas duas categorias propostas por Lage. No momento de sua publicação, na revista *Realidade*, a reportagem veio para noticiar um fato que foi rotineiro na imprensa brasileira: o estado do repórter brasileiro atingido por uma mina no Vietnã.

As notícias publicadas na imprensa da época se encarregaram de relatar as informações básicas sobre a situação de Ribeiro, desde o seu desaparecimento, até sua chegada. Essa é justamente a função da notícia: fazer o anúncio. Já a reportagem tem um papel mais amplo: “o desdobramento, a pormenorização, o amplo relato dos fatos”. (BAHIA, 1990, p. 49). Na reportagem, publicada por Ribeiro, foram ampliados todos os detalhes que já tinham sido anunciados pela imprensa na forma de notícias.

A reportagem mostrou o assunto sob um ângulo novo e, melhor, sob o ângulo do personagem principal daquela história. Mas ela foi além da complementação da notícia. Por meio do relato da saga de Zé Hamilton no Vietnã, a reportagem mostra um panorama da guerra. O assunto era atual no momento em que foi publicado e continua atual hoje. “Guerra é sempre coisa ruim, melhor fora viver sem ela, mas isso tem sido impossível, irreal. Nos últimos três mil anos de ‘civilização’, houve só duzentos de paz”. (RIBEIRO, p. 02, 2003).

Por ser algo presente em todas as etapas da humanidade e por ser um relato que resgata e ajuda a entender um período histórico, a reportagem não é apenas atual. O relato transcende e passa a ser visto como um instrumento da contemporaneidade. No livro *Páginas Ampliadas*, Edvaldo Pereira Lima cita a definição de contemporaneidade da professora Dulcília Buitoni.

Contemporaneidade pode englobar a formação de uma tendência cultural que já dura meio século ou um fato que aconteceu ontem. Contudo, não é por ter acontecido ontem, e sim por estar relacionado com uma série de contextos. Contemporaneidade, para uma nação, pode ser um conjunto de eventos que noutra eram antigos há 50 anos. Não é o tempo que decide: a conformação cultural importa muito mais, como importam certas correspondências de situações. (BUITONI apud LIMA, 2004, p. 65).

No jornalismo, a contemporaneidade significa um patamar superior, em que é possível esquecer a obsessão pela novidade que tanto dificulta o trabalho do repórter. A confirmação de que a reportagem de Ribeiro é contemporânea, veio com a publicação na forma de livro-reportagem em 1969 e, posteriormente, em 2005. Apesar de ter sido escrita

para ser publicado em revista, a narrativa traz uma abordagem extensiva, digna de ser publicada também em livro, para que não morresse com o passar do tempo.

O livro-reportagem *O Gosto da Guerra* é uma extensão do jornalismo, pois amplia tudo o que saiu na imprensa cotidiana sobre o assunto, mas, ao mesmo tempo, ele tem autonomia. Sua mensagem contém traços essenciais tanto do jornalismo como da literatura: comunica com eficácia, cria um elo com os leitores e combina clareza com aceitação.

O Gosto da Guerra ainda se aproxima da literatura na forma narrativa. O texto utilizado foge das formas tradicionais do jornalismo, “baseado numa série de técnicas como a pirâmide invertida e o *lead* que surgiram para transformar a informação bruta em notícia de modo compreensível para todo o público”. (FRANCESCHINI, 1999, p. 148) A forma narrativa escolhida pelo jornalista faz do relato um livro-reportagem que se aproxima muito à literatura, principalmente aos gêneros da Literatura Confessional.

Para Edvaldo Pereira Lima, um dos teóricos que mais se aprofundou no Jornalismo Literário, o livro-reportagem é um veículo de comunicação que preenche “vazios deixados pelo jornal, pela revista, pelas emissoras de rádio, pelos noticiários da televisão, até mesmo pela internet”. Além disso, ele aprofunda o conhecimento do nosso tempo, pois elimina, mesmo que parcialmente, “o aspecto efêmero da mensagem da atualidade praticada pelos canais cotidianos de informação jornalística” (LIMA, 2004, p. 04).

O objeto do livro-reportagem analisado é o próprio José Hamilton Ribeiro. Ele escreve sobre si mesmo e sobre o que presenciou, algo que no jornalismo diário fica diluído dentro do texto, já que “as normas jornalísticas convencionaram um texto neutro, pretensamente objetivo e predominantemente narrado em terceira pessoa”. (SILVA, 2006, p. 01)

Em *O Gosto da Guerra*, Zé Hamilton ganhou voz, corpo e até imagem, afinal, a foto que ilustra a capa do livro é do repórter ferido, logo depois de ter sido atingido pela mina terrestre. A figura do repórter deixa de ser a do “jornalista-deus” que impõe sua visão autoritária. No texto Zé Hamilton passa a ser um jornalista-narrador. Não há dúvidas de que ele se desobrigou da tarefa de buscar a verdade totalizante. O que ele faz, além de ouvir os outros, é revelar suas próprias verdades. É possível encarar isso como um ganho na linguagem jornalística: há um jornalista sem medo de se assumir como um contador da sua história e da história dos outros.

Característica bastante presente nos livros-reportagem, esse artifício é chamado de humanização, e “está ligado à seleção de elementos que, combinados, em sequência, produzem um efeito” (FERRARI; SODRÉ, 1986, p. 75). As circunstâncias pelas quais o autor estava passando e a linguagem intimista que o autor utilizou, aumentaram o interesse pela história. Isso dá força ao relato jornalístico, já que faz florescer, no leitor, uma série de sentimentos, que o aproximam da narrativa.

A presença do jornalista é explícita “na cena narrada e no processo narrativo”, característica que Patrícia Rocha da Silva diz ser essencial no jornalismo em primeira pessoa. Outro elemento constante, no livro-reportagem, é que o jornalista “explica sua participação na história narrada, até mesmo em etapas anteriores à apuração.” (SILVA, 2006, p. 08).

Essa característica também pode ser encontrada em *O Gosto da Guerra*. Ribeiro permite ao leitor conhecer todo o processo que o fez embarcar nessa “aventura tão dolorosa e infeliz”. (2005, p. 49). Ele conta ao leitor todos os detalhes de sua viagem até o Vietnã. A passagem por esses países serve como pretexto para retratar “um quadro sociológico, histórico, humano, vários aspectos das realidades possíveis do local”. (LIMA, 2004, p. 57).

Todas as etapas anteriores à apuração da reportagem foram relatadas, intercaladas com a situação pessoal que Zé Hamilton passava no momento em que redigia a reportagem. Dessa forma, o conhecimento é construído, ao longo do livro, pela visão pessoal do jornalista, somada a apuração e pesquisa que ele fez. Em cada um dos lugares pelos quais passou (seja antes de chegar ou já no Vietnã), Ribeiro fez questão de falar com as pessoas, entrar em suas casas, conhecer a forma em que viviam e como pensavam.

O autor pode ser o personagem principal, mas ele não é o único personagem presente na narrativa. O relato está repleto de histórias de várias pessoas, tanto os entrevistados que ele conheceu durante a etapa de apuração, como os que ele teve contato nos dias após o acidente da bomba, que juntos ajudam a entender e montar um panorama sobre a guerra. São personagens como o sargento Tom, cujo *hobby* no Vietnã é, há três anos, “ver miolos” e que, terminada a guerra, quer ser mercenário na África ou na América Latina. (RIBEIRO, 2005, p. 10). Ou um vietnamita que era vizinho de cama num hospital em Quang Tri e que para responder as perguntas de Ribeiro, só dizia *number one* quando algo estava bom e

number ten quando estava ruim, as únicas duas expressões que sabia em inglês. (Ibid., 2005, p. 60).

O livro faz uma reconstituição de “um acontecimento relevante, de acordo com a visão de um participante ou testemunha privilegiada.” (LIMA, 2004, p. 52). Justamente por isso que o livro-reportagem parece ao diário e aos gêneros confessionais como um todo. O tom que Ribeiro passa ao leitor é de uma narrativa quente e movimentada, principalmente nos trechos em que ele descreve as operações militares que acompanhou.

Cada helicóptero tem dois atiradores de escol, montados num assento especial existente em cada lado do aparelho. Estão munidos de metralhadoras pesada com dupla fieira de balas. A fieira passa em cada um de seus ombros e ainda sobra uma pequena montanha de balas dentro do helicóptero. Os atiradores nem prestam atenção nos companheiros de viagem; só têm olhos (protegidos por óculos especiais) para o que está embaixo. Quando começam a “funcionar”, a boca da metralhadora chega a ficar vermelha de tanto tiro. [...] Às 8h45 sobrevoamos o local marcado para o início da operação. A Companhia lá estava, mas havia entre os soldados uma estranha movimentação. Quando o helicóptero baixou, veio a razão: a Companhia D, antes mesmo de iniciar a operação já amargava duas baixas. Dois soldados, designados para “explorar” o terreno, tinham feito detonar uma mina e o resultado estava ali: um tinha ambas as pernas em fraalhos, o outro recebera o impacto na parte alta do rosto. (RIBEIRO, 2005, p. 16).

O relato construído por Ribeiro cumpre com as funções do gênero reportagem, delimitadas por Franceschini. “Seu objetivo é contar uma história verdadeira, expor uma situação ou interpretar fatos”. (1999, p. 150) Ele conta uma situação verdadeira e ajuda ao leitor a interpretar os fatos expostos. O jornalista conseguiu alcançar isso porque combinou vários elementos, desde a humanização, o seu testemunho pessoal, o ponto de vista, entre outros. Mas ele fez isso usando uma linguagem e forma narrativa que não é muito comum, nem nos livros-reportagens nem, muito menos, nas reportagens impressas na grande imprensa: o tom confessional.

O Gosto da Guerra como obra literária

Por ter sido escrita para circular num veículo de jornalismo e ao mesmo tempo servir como um ponto de fuga do isolamento em que estava vivendo, a obra de Ribeiro

pode ser enquadrada como um objeto híbrido, que é, ao mesmo tempo, fruto do jornalismo e da literatura confessional.

A principal característica desta literatura, que também é chamada de Literatura Intimista, Autobiográfica ou Memorialista, é o uso da primeira pessoa e a “apresentação de um ponto de vista particular que individualize a existência do ‘eu’ que se inscreve” (ALMEIDA et all, 2004, p.02). O objetivo é, segundo Maria Ritzel Remédios, desvelar, manifestar, dar a conhecer “um capital de vivências, recordações e fatos históricos”. (1997, p. 09)

O livro *O Gosto da Guerra*, que tem 97 páginas, foi escrito em primeira pessoa. A escolha desse tempo verbal não foi à toa. Conforme Calligaris, ao ser utilizada, tanto na literatura como no jornalismo, a primeira pessoa “responde a uma necessidade de confissão, de justificação ou de invenção de um novo sentido.” (CALLIGARIS, 1998, p.01). Através dela o autor “se situa no universo, ordena a sua vida na escrita, ‘junta os pedaços’, arruma a casa” (FERREIRA, 1997, p. 139).

No caso de José Hamilton Ribeiro, ele tinha uma necessidade e uma obrigação. O jornalista precisava desabafar tudo o que tinha lhe acontecido nos últimos dias e dos horrores que viu e continuava vendo. Ao mesmo tempo, ele sabia que depois de sair do Vietnã seria cobrado por uma reportagem. A opção do repórter foi construir uma narrativa jornalística e confessional, em que ele traz toda a informação e o aprofundamento que uma reportagem exige junto com a sua necessidade de desabafar o acontecimento e, paralelamente, de fugir um pouco de sua triste realidade.

A forma narrativa usada pelo jornalista ora lembra um diário íntimo, ora uma reportagem. Esses elementos já podem ser notados no primeiro trecho do livro:

18 de março
UM JOGO NO INFERNO

Faz três dias que sou familiar, depois de passar dez dias em Saigon e arredores como civil. O hábito não faz o monge, mas na guerra o uniforme faz o soldado. Isso pelo menos foi o que me explicaram, ontem, os soldados da Companhia a que estou agregado. Estávamos em operação numa colina e, a certa altura, eu quis ir até o riacho que corria ali, beber água. Outros antes de mim, tinham feito o mesmo, mas comigo havia um problema: eu só iria – disseram – se levasse comigo um fuzil. (RIBEIRO, 2005, p. 03)

O primeiro elemento dos diários, que o texto de Ribeiro contém, é a datação. Todas as passagens do livro (que aqui foram chamadas de capítulos) contêm a data em que foram escritas, iniciando em 18 de março, dois dias antes de ser atingido pela mina terrestre, e finalizando “em maio, um dia qualquer”. (2005, p. 97). A datação é uma característica essencial dos diários íntimos, um gênero da Literatura Confessional em que o autor fala, em primeira pessoa, a medida que os fatos vão acontecendo. “Os diários são também um retorno ao passado, mas a um passado recém acabado, sem um objetivo específico de buscar nada além do que a vontade determina” (MACIEL, 2001, p.12).

O diário é, conforme Lenir Almeida, “uma forma de organizar o cotidiano, tornando-o único”. (ALMEIDA et al, 2004, p.03). Os textos que compõem um diário caminham se apoiando no calendário e se caracterizam pela periodicidade.

No caso da reportagem-diário de Ribeiro, a datação pode ter sido a forma que encontrou de não se perder no tempo, afinal os dias nos hospitais por onde passou sempre eram iguais e sempre eram tristes. O repórter construiu a narrativa nos dias que estava no Vietnã, porém, ele nunca esclareceu se cada passagem foi realmente escrita na data indicada no início do texto. Em alguns trechos, há elementos que dão sinais de que a narrativa pode ter sido alterada depois.

Enquanto os diários tradicionais relatam um passado recente, o diário de José Hamilton Ribeiro, provavelmente por sua íntima relação com o jornalismo, alia o passado recente com fatos bem mais antigos. Quase todos os capítulos seguem um mesmo trajeto. Partem de uma situação pessoal do autor e, a partir dela, vai elencando outras situações presentes na guerra, e até fora dela.

Em uma das passagens do livro, Zé Hamilton se mostra preocupado com o que a sua filha, chamada de Badaúcha, na época com dois anos, estava pensando sobre o desaparecimento do pai. Ao pensar na pequena Badaúcha, ele se recordava da visita que fez a um asilo em Saigon, “especializado em recolher crianças cujas casas foram destruídas, cujos pais morreram e parente nenhum os reclama”. (RIBEIRO, 2005, p. 54). E uma dessas crianças que o autor viu nesse local era a menina Ngá, de pouco mais de um mês, filha de uma prostituta e de algum soldado americano que nunca deve ter suspeitado de sua existência.

Ngá quer dizer marfim e vietnamita, e o pessoal do asilo chamam-a assim porque há uma lenda que diz serem os vietnamitas capazes de fazer milagres com o marfim. Esperam que o nome há de salvá-la: um milagre para salvar Ngá. Quantas Ngás foram geradas no Vietnã depois que os defensores da civilização ocidental e cristã chegaram ao país? Não se sabe, agora. Só se sabe que no Japão, durante a ocupação americana, nasceram 300 mil crianças de pais americanos, anônimos, crianças filhas dos deuses da guerra e da doença maldita do dólar fácil. Em Saigon, os únicos mercadores que concorrem com os agentes do contrabando e do furto de material americano são os gigolôs. Chegam a oferecer meninas – 50 dólares por uma virgem. (RIBEIRO, 2005, p. 55).

É interessante notar que Ribeiro parte das saudades que sente da filha, que se encadeia com outros temas: um asilo para crianças, os “filhos da guerra”, a cultura vietnamita de cultivar o marfim, a prostituição. Depois desse trecho se segue um amplo relato sobre a prostituição na guerra. São detalhes no dia-a-dia do autor, que levam a outros assuntos relacionados à guerra.

Esse tipo de narração é comum em grandes reportagens, principalmente naquelas que se transformam em livros. Para Lima, cada uma das dimensões pode ser vista como um conjunto de círculos de diferentes tamanhos. No centro, está o fato que desperta o interesse jornalístico. Ao seu redor está o espaço geográfico, imediato da ocorrência. Na segunda esfera, maior, estão outros fatos secundários. Na terceira, ainda mais afastada e maior, estão as conseqüências relacionadas ao fato central. Num quarto círculo podem ser encontradas mais um espaço onde o primeiro círculo promova ressonância.

Cada um desses círculos concentra um número de ações, de detalhes, de personagens, de ambientes, de climas psicológicos que configura um acontecimento. Quanto mais força e repercussão tem a ocorrência, maior o número de círculos adicionados afetados. Quanto maior o número de círculos envolvidos, tanto maior a possibilidade da narrativa evoluir de uma simples nota para a notícia, para a reportagem para o livro. (LIMA, 2004, p. 42).

A retrospectiva que Ribeiro faz em cada passagem de seu diário-reportagem é maior do que nos diários comuns. Ele faz, sim, o relato dos últimos dias, mas a isso se somam fatos que aconteceram semanas, meses e até anos atrás. O relato mostra o sentimento da história como aventura autônoma e individual, característica da Literatura Confessional citada por Calligaris.

O escrito autobiográfico implica uma cultura na qual, por exemplo, o indivíduo (seja qual for sua relevância social) situe sua vida ou seu destino acima da comunidade a que ele pertence, na qual ele conceba sua vida não como uma confirmação das regras e dos legados da tradição, mas como uma aventura para ser inventada. Ou ainda uma cultura na qual importe ao indivíduo durar, sobreviver pessoalmente na memória dos outros — o que acontece quando ele começa a viver sua morte como uma tragédia, pois a comunidade pára de ser a grande depositária da vida, garantia de toda continuidade. (CALLIGARIS, 1998, p. 05)

Elementos do jornalismo estão misturados às características da literatura confessional no meio do texto. Como já foi dito antes, todas as passagens contam com a datação que, mesmo que seja uma construção posterior, organizam o relato. Mas logo depois da data em vez da famosa frase *Querido Diário*, Ribeiro usa títulos que poderiam ser, muito bem, títulos de reportagens ou de um texto literário como *Um Jogo no Inferno*, *A Minha na Estrada sem Alegria*, *Um Salão de Horror*, entre outros.

A opção por esse tipo de narrativa pode ter sido uma influência do Novo Jornalismo, vertente criada por repórteres e escritores que se dedicavam a ‘matérias frias’ que reaproximou o jornalismo e a literatura mais uma vez, depois que ambos se separaram por conta das novas técnicas jornalísticas. A humanização do texto e a participação do autor no texto e na linguagem, propostas por esta corrente que estava em pleno auge nesta época, são características que estavam presente nos trabalhos anteriores de Ribeiro, assim como também de seus colegas na revista *Realidade*, e que se repetiram em *O Gosto da Guerra*.

Além da humanização dos relatos, outras técnicas comuns do Novo Jornalismo também estão presentes no livro. Os novos jornalistas usavam diálogos em meio à narrativa, que era construída às vezes de forma linear e outras saltando de cenas que, a primeira vista, pareciam não ter relação nenhuma. Eles também introduziram a linguagem em primeira pessoa, as observações diretas dos fatos, as figuras de linguagem e a apresentação de vários pontos de vista. Mas Ribeiro inovou por ter pego todos esses artifícios, que já faziam parte de sua bagagem de repórter, e usado numa forma confessional.

O relato também tem traços de autobiografia na retrospectção. O passado que Ribeiro relata não é imediato, como nos diários. Ele vai muito além. Como foi mostrado anteriormente, um mesmo trecho pode conter resquícios de um passado imediato, resgate de uma história pessoal e também de uma história coletiva. José Hamilton Ribeiro é o

personagem principal, mas a sua reportagem foi motivada por uma preocupação universal na época. Vistas hoje, passados quarenta anos da primeira vez que foi publicado, o livro-reportagem *O Gosto da Guerra* ajuda a entender o passado e também o presente. Novos conflitos semelhantes ao do Vietnã aconteceram. O livro traz subsídios para entender e questionar esses outros conflitos que são tão semelhantes em alguns aspectos, mas tão diferentes em outros.

Nessa capacidade do livro de proporcionar um retorno ao passado para entender o presente é que reside sua característica de Memória Literária. “Seu atributo mais imediato, é garantir a continuidade do tempo e permitir resistir à alteridade, ao tempo que muda, às rupturas que são o destino de toda vida humana”. (ROUSE, 1998, p. 95). José Hamilton Ribeiro escreveu, por tanto, uma parte da história da sua vida dentro de um contexto histórico, que interessa à coletividade.

O que José Hamilton Ribeiro fez foi trazer a sua visão personalizada da história. A sua visão como repórter, como jornalista, como ser humano, como vítima da guerra, como personagem. Seguindo a tradição da Literatura Confessional, Ribeiro fez uso de ações extremamente solitárias – lembrar e escrever - para extrair a sua visão da Guerra do Vietnã. O seu relato beira entre o individual e o coletivo. Ele traz, ao mesmo tempo, expressões espontâneas de suas dores e seus problemas pessoais, misturados com histórias de personagens, reflexões e informações obtidas formalmente durante a captação da reportagem.

O Gosto da Guerra pode ser considerado uma grande-reportagem, um diário, uma memória literária, uma autobiografia e, ainda, um documento histórico. E, ao contrário dos livros de história que podem abordar a guerra do Vietnã, *O Gosto da Guerra* foge da história formal, trazendo detalhes dos costumes da época e muitos bastidores. Tudo isso é feito com um texto leve, bem escrito e interessante.

Conclusão

A abordagem das características da reportagem e do livro-reportagem, ambas trazendo uma relação muito íntima com o fazer literário, permitiu classificar o livro *O Gosto da Guerra*, de José Hamilton Ribeiro, como um gênero jornalístico. Seu caráter

jornalístico reside, como pode ser constatado, na função clara de trazer informações, orientações e aprofundamentos – elementos essenciais na reportagem e livro-reportagem – sobre um assunto de interesse geral: a Guerra do Vietnã.

Ao contrário dos trabalhos do jornalismo cotidiano, *O Gosto da Guerra* ultrapassou o caráter imediato. Foi constatado que se trata de uma obra que, mesmo sendo feita para a publicação numa revista mensal, é sempre atual. Portanto, sua força no caráter de contemporaneidade justifica sua publicação também na forma de livro, mesmo trinta anos depois de acontecidos os fatos que a geraram.

Mas a importância do tema não é a única característica de destaque nesta obra. Neste trabalho se constatou que José Hamilton Ribeiro construiu uma reportagem que foge das narrativas tradicionais do jornalismo. Seu texto se aproxima das formas da literatura confessional. Há, em *O Gosto da Guerra*, além de uma pretensão de ser uma reportagem, uma vontade de desabafar, de fazer confissões e de fugir, por meio do texto, da realidade cruel pela qual o autor passava no momento em que escrevia o texto.

Foi constatado que, ao mesmo tempo em que o texto é uma reportagem, com especificações da reportagem de perfil e da reportagem de documentação; o livro também tem uma forte característica de diário íntimo. Foram encontradas, em todas as passagens, elementos próprios do diário como a datação e o relato de fatos de um passado imediato. Porém, seguindo uma estrutura do diário íntimo, foi possível encontrar também características de outras duas formas confessionais.

O Gosto da Guerra também apresenta características de autobiografia, pois José Hamilton Ribeiro narra não apenas o que aconteceu nos últimos dias ou horas, mas também o processo pelo qual ele chegou à situação em que estava no momento da escrita. Foram encontradas, na obra, características que a aproximam das memórias literárias, pois o autor volta ao passado para explicar o presente, não apenas o presente em que foi escrito o texto, mas em que a obra é lida.

Este trabalho buscou ampliar o conhecimento sobre as relações que a Literatura Confessional pode ter com o Jornalismo. No levantamento bibliográfico foi constatado que nenhum dos principais autores que abordam as relações entre literatura e jornalismo, levam em consideração as formas confessionais. Foram encontrados alguns autores que falam sobre a importância do uso da primeira pessoa e de deixar que o jornalista participe como

personagem da narrativa jornalística. Porém, nenhuma teoria que trate da relação com os gêneros confessionais foram encontrados. A única justaposição é a de alguns autores que afirmam a aproximação das memórias literárias, dos diários e das autobiografias com o texto de caráter documental.

Após a pesquisa teórica, a leitura de *O Gosto da Guerra* e a comparação da obra com a teoria, é possível constatar que esta é, sim, uma obra de Jornalismo Confessional. Em suas páginas a reportagem, o diário, a memória, a autobiografia e a história se misturam, fazendo dela uma obra única e diferenciada. Ao analisar as teorias definidas pelos autores, pode-se entender que o livro-reportagem se aproxima muito dos gêneros confessionais. Se juntam, no livro, a preocupação em fazer um bom relato jornalístico com a necessidade pessoal do autor de falar sobre si.

Existem muitas características que fazem deste livro um marco do jornalismo brasileiro. A pressa diária não existia e a redação do texto foi feita com tempo e dedicação e ainda quando o jornalista estava presenciando os fatos. A narrativa escolhida por Ribeiro permite a união de dois grandes gêneros – o jornalístico e o literário – com uma aproximação a uma realidade específica, ainda que esta seja bastante distante do leitor.

Referências

ALMEIDA, Lenir Romão et all. *Termos de Literatura Confessional em Discussão*. Disponível em: <http://www.ceul.ufms.br>. Acesso em: 01 nov. 2007.

BAHIA, Juarez. *Jornal, história e técnica: as técnicas do jornalismo*. São Paulo: Ática, 1990.

CALLEGARIS, Contardo. *Verdades da autobiografia e diários íntimos*. In: Revista de Estudos Históricos, n. 21. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1998.

FERRARI, Maria Helena; SODRÉ, Muniz. *Técnica de reportagem: notas sobre a narrativa jornalística*. São Paulo: Summus, 1986.

FRANCESCHINI, Francisco. *Notícia e reportagem, sutis diferenças*. In: Revista Comum. Rio de Janeiro, v. 9, n. 22: Facha, 1999.

LAGE, Nilson. *Ideologia e técnica da notícia*. Petrópolis: Vozes, 1981.

LIMA, Edvaldo Pereira. *Páginas Ampliadas: O livro reportagem como extensão do jornalismo e da literatura*. São Paulo: Manole, 2004.

MACIEL, Sheila. *A Literatura e os gêneros confessionais*. Disponível em <http://www.ceul.ufms.br/pgletras/docentes/sheila/A%20Literatura%20e%20os%20g%EAneros%20confessionais.pdf>: Acesso em: 15 ago. 2007.

OLIVEIRA, Rosa Meire de Carvalho. *Diários públicos, mundos privados: Diário íntimo como gênero discursivo e suas transformações na contemporaneidade*. 2000. Tese de Doutorado – Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2000.

REMÉDIOS, Maria Luiza Ritzel (Org). *Literatura Confessional: autobiografia e confessionalidade*. Porto Alegre: Mercado Aberto, 1997.

RIBEIRO, José Hamilton. *O Gosto da Guerra*. Rio de Janeiro: Objetiva, 2005.

ROUSSO, Henry. *A memória não é mais o que era*. In: AMADO, Janaína; FERREIRA, Marieta (Org.). *Usos e abusos da História Oral*. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1998.

SCHEIBE, Roberta. Entrevista com José Hamilton Ribeiro. Disponível em: <http://www.santasaliencia.blogspot.com>. Acesso em: 15 de outubro de 2007.

SILVA, Patrícia Rocha da. *Narradoras da revista TPM: Uma ruptura com a narrativa jornalística tradicional*. Disponível em: <http://www.unirevista.unisinos.br/>. Acesso em: 02 de setembro de 2007.

LITERATURA E JORNALISMO, GÊNEROS QUE SE UNEM PARA CONTAR HISTÓRIAS

Amanda Alice Fernandes Miguel³

RESUMO

Este artigo analisa a série de reportagens “A Fantástica Volta ao Mundo”, produzida, redigida e apresentada pelo jornalista Zeca Camargo no ano de 2004. No trabalho é estudada a influência de dois sub-gêneros do jornalismo literário, o *New Journalism* e do *Gonzo journalism*, no formato audiovisual. São avaliadas as características dos dois sub-gêneros através da linguagem, da narração e da técnica que o jornalista usa para contar uma história. Na série, Zeca Camargo é um repórter que observa e se envolve com os personagens a ponto de se tornar um também. Serão examinados cinco dos 17 vídeos da série de reportagens “A Fantástica Volta ao Mundo”, cada um em torno de dez minutos de duração.

Palavras-Chaves: Jornalismo literário, *New Journalism*, *Gonzo Journalism*, “A Fantástica Volta ao Mundo”

O importante, de início, é a linguagem. Uma vez dominada esta, pode o jornalista criar, dar vida a uma obra, desde que tenha conservado a pureza de sua emoção, a verdade do seu perceber interno, sua fidelidade ao homem como ser-cociente e ser-responsável. (OLINTO, S/D, p. 05)

³Formada em Jornalismo pela Universidade de Passo Fundo. É assessora de imprensa em Porto Alegre no Rio Grande do Sul.

O Jornalismo e a literatura são a arte da palavra, onde um usa a precisão e o outro a estética. Dois gêneros híbridos que possuem finalidades semelhantes, ou seja, o contar de uma história. A diferença está justamente na maneira como tais relatos são transmitidos aos seus leitores, telespectadores e ouvintes.

No que tange a literatura, a questão é usar o máximo da arte, é trazer detalhes, expressões e a beleza nas palavras. Já o jornalismo, em especial o padrão tradicional, tende a evitar tais formas de expressão, para assim tentar manter a imparcialidade. A literatura e o jornalismo acabam vivendo ora em um campo de batalha, ora formando brilhantes histórias, com a veracidade do jornalismo e a criatividade da literatura.

Do gênero jornalismo literário surgem novas vertentes, essas com algumas características peculiares. Uma nova corrente iniciou nos anos 60, o *new journalism* liderada por Tom Wolfe, cuja característica era retratar a realidade dos fatos através da narração exata dos mesmos, com o uso de diálogos e da exploração de uma situação através de vários ângulos. O estilo do *New Journalism* não segue padrões e não condiciona a resposta das seis perguntas do Lead, oriundas do jornalismo tradicional. O *New Journalism* entra em cena para promover uma contracultura nos meios de comunicação e pode exemplificar a união do jornalismo com a literatura.

O escritor John Hollowell (1979, p. 35) cita em seu livro *Literatura de Não-ficção*, que esta corrente foi um movimento e uma filosofia. Segundo o autor, o *new journalism* consiste num texto jornalístico trazendo uma forma e um estilo livre, fazendo com que o jornalista participe da reportagem se relacionando com os entrevistados e os acontecimentos; mas os personagens principais do texto são os entrevistados e os detalhes do ambiente. Um outro quesito, como regra do *New Journalism*, é dar ao fato um ar de ficção e novela (HOLLOWEL, 1979, p. 35).

Autores como Truman Capote, Tom Wolfe, Gay Talese e Norman Mailer começaram a unir as principais características do “Novo Jornalismo”, a literatura e a informação; no auge de uma revolução psicológica e tecnológica, foram um dos estopins para se repensar a comunicação. Desta maneira, essa corrente influenciou a forma de apurar, redigir e editar uma matéria. Ela priorizava uma visão humana, usando formas literárias para contar a história, que, no entanto, não fugiam da realidade. A partir de então,

aos poucos, o jornalismo tradicional dividia o espaço com a expressão literária do *New Journalism*. O escritor Hollowell (1979, p. 21) o explica que “uma das respostas mais interessantes (*do new journalism*) foi a criação de formas híbridas que combinam técnicas fictícias com observação detalhada do jornalismo”.⁴ O especialista em jornalismo e literatura, Edvaldo Pereira Lima, ainda contribui argumentando:

A chance que o jornalismo poderia ter para se igualar, em qualidade narrativa, à literatura, seria aperfeiçoando meios sem, porém, jamais perder sua especificidade. Isto é, teria de sofisticar seu instrumental de expressão, de um lado, elevar seu potencial de captação do real, de outro. Esse caminho chegaria a bom termo com o *new journalism*. (LIMA, Edvaldo Pereira, 1993, p. 146)

Segundo Wolfe (1976, p.16), o *New Journalism* nasceu para, de certa forma, satisfazer uma necessidade que muitos jornalistas possuíam: o sonho de escrever um grande romance. “Estou ansioso por apostar que, não há muito tempo, a metade das pessoas que iam trabalhar na imprensa o faziam na crença de que o seu destino real era o de ser romancistas” (Wolfe, 1976, p.16). Os primeiros indícios do *New Journalism* aconteceram nos Estados Unidos da América ele disseminava uma nova forma de unir as palavras. As primeiras publicações baseadas neste formato eram artigos redigidos para a revista *Esquire*, depois se tornaram livros-reportagens, como *Radical Chic* de Tom Wolfe e *A Sangue Frio* de Truman Capote. O texto jornalístico era mais literário na abordagem dos fatos reais. O estilo do “Novo Jornalismo” se tornou um forte ponto de resistência à tão tradicional pirâmide invertida, que até então era o padrão seguido pela maioria dos jornalistas.

Segundo o autor Mar de Fontcuberta, a pirâmide invertida surgiu durante a Guerra de Secessão norte-americana. Os correspondentes dos jornais corriam a postos de telégrafos para serem os primeiros a relatar os acontecimentos. Assim, os operadores de telégrafos, para serem mais justos, desenvolveram um método em que todos poderiam informar uma frase por vez. As informações mais importantes segundo os repórteres passavam então a ter

⁴“Una de la respuestas más interesantes ha sido la creación de formas híbridas que combinan técnicas ficticias con la observación detallada del periodismo”.

prioridade (FONTCUBERTA, 1996, p. 59). No entanto, Carl N. Warren defende que foram os editores de jornais que criaram a pirâmide invertida, na data de 16 de abril de 1861. As linhas telegráficas poderiam ser cortadas a qualquer momento e assim os editores dos jornais pediam a seus correspondentes que relatassem o essencial nas primeiras linhas.

A efervescência do Novo Jornalismo e Gonzo Journalism

O *New Journalism* tem características distintas quando comparado ao jornalismo tradicional. A diferença já inicia no uso de figuras de pontuação, pois o *New Journalism* usa muitos pontos pouco convencionais no jornalismo tradicional, como reticências, exclamações e até palavras onomatopéias (expressões ou palavras cuja sonoridade imita a voz ou ruídos de objetos ou animais). Além disso, os textos do Jornalismo tradicional apresentam-se redigidos em terceira pessoa, para desta forma, o jornalista manter a imparcialidade. No caso do “Novo Jornalismo” o repórter testemunha, passa a viver o fato com maior contato; podem ser escritas em primeira pessoa como em terceira pessoa, porém com uma linha de seqüência literária e subjetiva.

Outra forma derivada da união do jornalismo com a literatura é o jovem gênero intitulado *Gonzo Journalism*, que se pode definir como um jornalismo confessional. Uma forma de comunicação faz com que o jornalista observador passe a ser um dos protagonistas ou antagonistas da história, ou seja, ele é o personagem que conta a história aos seus receptores. O Gonzo Jornalismo é uma via livre, onde o jornalista não mantém nenhuma imparcialidade; escreve em primeira pessoa e edita seu texto se quiser. Nele o objetivo é estar presente, é tocar; não é observar o manifesto, mas sim levantar a bandeira com os protestantes.

O gênero literário é uma forma de escrita estética determinada por várias disposições interiores que distribuem as obras segundo as suas afinidades intrínsecas, ou seja, no seu íntimo e extrínsecas, que é o exterior, não pertence à determinada essência. É nessa concepção, flexível e não rígida do gênero literário, que se inclui o jornalismo literário. Está é a afirmação de Alceu Amoroso Lima (1960, p. 18). Ele comenta que antes de definir se o jornalismo é ou não um gênero literário, é necessário saber se ele pode ser considerado literatura.

A definição mais comum de literatura é “a arte da palavra”. O autor a define em três acepções. “Em sentido *lato*, em sentido *corrente*, em sentido *estrito*⁵” (LIMA, 1960, p.18). No sentido *lato*, a literatura é considerada toda e qualquer manifestação, seja ela escrita ou falada. No sentido *corrente*, entende-se que a literatura pode se ampliar a outros gêneros e ciências, como a poesia, a filosofia, a história e até mesmo a matemática. E, por fim, a forma *estrito*, que se baseia na estética pura e de ficção. “Literatura, nessa concepção, é toda expressão verbal com ênfase nos meios de expressão. Expressão verbal antes de tudo, pois a palavra é a diferença específica da literatura entre outras artes” (LIMA, 1960, p. 19).

Não tem como negar que o jornalismo se aproxima da literatura. No entanto, ao passo que apenas se considera a literatura como um meio estético e de ficção, o jornalismo não poderá ser considerado mais literário, pois assim estará fugindo da realidade, que é a principal credibilidade do jornalismo. “Trata-se de saber então o modo como emprega esse meio de comunicação. Sempre que o empregar como o puro meio de alcançar um fim alheio, não será literatura” (1960, p. 22-23).

Segundo o autor Edvaldo Pereira Lima (1993, p. 136), a literatura e a imprensa se confundiam desde o século XIX, período em que a imprensa ganhou maior aspecto moderno e industrial, até os primeiros anos do século XX. Lima (1993, p. 135) salienta que conforme a modernização tomava espaço, o texto jornalístico também percebeu a necessidade de ampliar a notícia para a reportagem em um texto mais aprofundado e técnico. É daí que se buscaram novas técnicas para serem usadas no tratamento da mensagem.

Mas enquanto as técnicas jornalísticas como o Lead, e conceitos como a objetividade ainda não estavam difundidas no jornalismo, os jornais misturavam informações com textos literários e, até certo ponto, com influências reais, como contos e crônicas. Para que isso não acontecesse mais, ou não se desse com tanta frequência, é que foi criado o Folhetim, que consistia num espaço no rodapé da página de jornal destinado a todos os textos com ênfase literária, deixando ao restante do jornal as informações puramente jornalísticas, ou seja, os fatos puramente reais.

⁵Expressão grafada deste modo pelo autor LIMA, Alceu Amoroso.

Jornalismo e literatura são homogeneizados, mesmo porque grandes jornalistas são também grandes escritores, como o riograndense Luis Fernando Verissimo, que redigiu obras como *A grande mulher nua*, *Amor Brasileiro*, *As cobras e outros bichos*, entre várias outras. Assim, ele tem grande expressão literária e também é um jornalista de muito sucesso. Por mais que nos dias atuais se siga um padrão jornalístico, observa-se muito, em alguns textos, a influência literária. O texto fica mais chamativo, pessoal e descritivo, traz no texto frases que contam como era o cheiro do ambiente e também às lágrimas da vítima. “Tudo é literatura desde que no seu meio de expressão, a palavra, haja uma acentuação, uma ênfase no meio de expressão, que é o seu valor de beleza” (LIMA. A.,1958, p.138).

O livro “Os Sertões” de Euclides da Cunha, publicado no ano de 1963, mas escrito originalmente no Estado de São Paulo no ano de 1900, é uma obra que surgiu da união da literatura com o jornalismo. Segundo Antonio Olinto (S/D, p.59), a guerra de Canudos era assunto dos jornais da época. Mas, ao mesmo tempo, muitos fatos não eram aprofundados, como os motivos que levavam à luta e o ambiente que cercava Antonio Conselheiro. Foram essas e outras importantes indagações que fizeram do livro “Os Sertões” um exemplo da mistura entre jornalismo e literatura.

Como todos os casos de amor no decorrer de sua história, ambos os lados sofrem problemas de relação. Com a literatura e o jornalismo não haveria de ser diferente. A criação da literatura e o fiel exercício do jornalismo uniram problemas desde o início. Segundo Medel, no livro organizado pelos autores Castro e Galeno, a literatura, sem abandonar a dimensão lúdica e fruitiva, deve encaminhar-se para o *essencial humano*, bem que está inserido nas inevitáveis coordenadas espaço-temporais que nos constituem. Já a atividade informativa rumo para o efêmero, o passageiro, o circunstancial. Simplificando, parece que a literatura orienta para o importante e a informação jornalística, para o urgente (MEDEL apud CASTRO; GALENO, 2002, p. 15).

No final do século XX o jornalismo migra para outras tendências, como a criação da técnica do lead e o mito da objetividade. Nasceu aí um jornalismo de poucas palavras, pois segundo o “padrão jornalístico” norte-americano, quanto mais sucinto for o texto mais rápido será a sua leitura e absorção das informações. Os principais acontecimentos sempre

iniciam a matéria e, assim, o seu leitor estará informado com poucas palavras que são capazes de resumir o fato.

No entanto, escrever com conteúdo é um dos primeiros passos para melhorar a qualidade do jornalismo. Preocupa-se muito com um padrão, com a objetividade e acaba se escrevendo sem o principal, ou seja, o conteúdo. Juremir Machado da Silva diz que “o grande problema do jornalismo contemporâneo vem do seu ideal de expressão (conteúdo) máxima com expressividade (forma mínima). Em outras palavras, o jornalismo quer dizer muito com pouca literatura” (SILVA, 1985, p. 51).

Desta forma, é válido ressaltar que o jornalismo literário já é em gênero reconhecido. Tem absoluta importância no que se refere a um texto de conteúdo e forma. Ele resulta num texto que alia informação à expressão e estética.

Seguindo este viés dos fatos, onde se busca mostrar a importância de manter a união do jornalismo com a literatura é que se provou através da série de reportagens “A Fantástica Volta ao Mundo”. Produzida pelo jornalista Zeca Camargo no ano de 2004, o jornalismo literário está ainda mais ousado e, ultrapassando o poder da imprensa, atingindo veículos massivos, a mídia.

A série foi realizada num formato audiovisual, porém sem muita preocupação com a técnica, com o repórter posicionado do lado esquerdo ou no meio do vídeo. Com uma equipe jornalística pequena, apenas um jornalista e um cinegrafista, Zeca Camargo e Guilherme Azevedo buscaram explorar a cultura de vários países. E esta é a série que se estuda a ponto de provar o uso do jornalismo literário.

Assim, observamos dois sub-gêneros do jornalismo literário nos meios de comunicação, aliado à escassez de materiais teóricos acerca do *New journalism* e o *Gonzo Journalism*, principalmente em televisão, objetiva-se traçar novas possibilidades de se fazer jornalismo, onde especificamente se detém ao estudo do jornalismo literário e em especial o *New Journalism* e *Gonzo Journalism*.

A criatividade na TV

O nascimento da reportagem, conforme Nilson Lage (2004, p. 15), aconteceu como um instrumento de trabalho do repórter. Em sentido técnico, os escritores de folhetins, ou seja, os jornalistas tiveram de reformar a linguagem até então empregada em suas matérias. Assim, a nova linguagem deveria aproximar-se das formas orais ou cultivar figuras de estilos espetaculares, ora exagerando no sentimentalismo, ora incorporando a invenção léxica e gramatical das ruas.

O século XIX foi marcado pelas revelações. Lage (2004, p. 16) diz que todos ficaram sabendo das motivações reais de aventuras bélicas como a Guerra do Ópio, que impôs o comércio de entorpecentes na China sobre o controle inglês. Assim começaram a surgir grandes reportagens, que engatinhavam do jornalismo impresso até atingir a massificação da televisão. A autora Letícia Afonso Rosa Garcia complementa afirmando que “a comunicação audiovisual é parte importante na cultura de nossos tempos, a imagem em movimento é a base das formas de expressão mais abrangentes dos dias atuais” (fnpj, 2006).

Olga Curado (2002, p. 95) define a reportagem como uma forma de se contar histórias, com o auxílio de muitas técnicas. As informações são transmitidas através de imagens e áudio, após captados pelo Eletronic News Gathering (ENG – equipamento eletrônico empregado em telejornalismo, geralmente constituído de câmeras portáteis de alta sensibilidade). Assim, o ENG vai identificar o equipamento, que provém da Unidade Móvel de Jornalismo – UPJ ou (Unidade Portátil de Jornalismo), que é veículo equipado para o telejornalismo.

No entanto, não basta a transmissão da informação, e sim a promoção da comunicação e do conhecimento. Desta forma, é importante o uso de uma linguagem capaz de promover tal comunicação. Segundo Pedro Maciel (1995, p. 60), a reportagem é a forma mais completa de notícia transmitida pela TV, por apresentar texto, imagem, presença do apresentador, do repórter e também dos entrevistados. Além disso, a reportagem geralmente possui todas as formas de apresentação de uma notícia, que são cinco: 1) cabeça, 2) off, 3) boletim, 4) sonoras e 5) pé.

O repórter também é um ponto a ser estudado. Se o mesmo fixar-se no meio do vídeo terá maior destaque e prestar-se-á maior atenção no texto, mas no caso em que ele fica em um dos lados, o telespectador pode perder parte do texto admirando algum detalhe que aparece no fundo da imagem. No entanto, o fato de o repórter estar em um dos lados do vídeo significa dar maior vida à matéria, (YORKE, 1998, p. 89). As visões se contradizem, varia conforme a técnica usada na empresa.

A imagem captada pela câmera é formada pela combinação de luz e sombra, que revela volumes e formas. Segundo Curado (2002, p. 109), o excesso de uma ou de outra impede a compreensão da imagem. Para amenizar esses defeitos naturais da luz, usa-se o rebatedor (toda superfície clara que reflete a luz e a desvia para a direção desejada). Quando o ambiente apresentar pouca luz pode ser usado o *sun-sun*, ou seja, o “pau-de-luz”, uma iluminação portátil que vai compensar a falta dela no local. E ainda pode ser controlada a oscilação da luminosidade, assim é aberta a lente da câmera sobre uma superfície branca para fazer o balanço das cores.

A história contada pela TV usa a linguagem visual. A câmera pode enfatizar ou revelar novos significados que ajudem a esclarecer uma informação. A subjetividade com que a imagem é feita economiza muito texto. O objetivo filmado possui uma identidade, o flagrante pode bastar para demonstrá-lo. Porém, a informação jornalística vai além. (CURADO, 2002, p. 109)

A técnica é importante na construção de uma reportagem, mas e as imagens diferentes casadas com o texto, aonde ficam? Criatividade é a resposta. Pensar diferente é a oportunidade, quanto mais criativa for a solução do ponto de interrogação melhor será o seu resultado. Nesse sentido tenta-se demonstrar que uma reportagem pode se tornar uma grande reportagem, com união de uma boa técnica de passagem e também o uso de uma linguagem clara, porém criativa.

Análise da série de reportagens “A Fantástica Volta ao Mundo” do jornalista Zeca Camargo, como objeto do New Journalism e do Gonzo Journalism

Depois de apresentar definições sobre o jornalismo literário, suas correntes e lembrar o surgimento da reportagem aliado a mudanças e novas técnicas passa-se a conhecer a “A Fantástica Volta ao Mundo” produzida pelo jornalista Zeca Camargo, com apoio do cinegrafista Guilherme Azevedo, em maio de 2004. Definida como uma série com momentos de aventura, descobertas, desafios e superação de limites, procura-se definir nesta série como uma tendência do *New Journalism* e do *Gonzo Journalism*.

A busca de novas culturas, de fatos curiosos e pessoas diferentes fez com que Camargo e Azevedo percorressem 100 mil quilômetros em quatro meses e vivessem a cultura de 17 países distribuídos pelos cinco continentes. A série de reportagens foi apresentada nas noites de domingo no programa Fantástico da Rede Globo de televisão. Os telespectadores mantiveram, de certa forma, a interatividade com o programa, um fato incomum no gênero, pois cada viagem estava condicionada a votação dos telespectadores.

O improviso é uma palavra de destaque nesta série. Primeiro, ir para um lugar estranho, pensar na pauta lá no país, conseguir os personagens, também se tornar um personagem e construir a reportagem. Carregar equipamentos, dormir em qualquer lugar e o principal, conseguir enviar o tão suado trabalho, ou seja, as imagens e o texto, para a ilha de edição no Brasil. Zeca Camargo, no seu livro *A Fantástica Volta ao Mundo*, faz um *making of* das suas viagens. Conta muito do que aconteceu atrás das câmeras, como por exemplo, carregar 130 quilos de bagagem e equipamentos pela escada de um hotel que não tinha elevador na Austrália.

Zeca Camargo foi o principal mentor para que este projeto de percorrer países virasse uma série de reportagens para a televisão. A série de reportagens “A Fantástica Volta ao Mundo” foi construída com o uso de uma linguagem audiovisual, ou seja, reportagens produzidas para serem transmitidas pela televisão. Em quatro meses o jornalista Zeca Camargo e o cinegrafista Guilherme Azevedo percorreram a cultura de muitas pessoas. Envolveram-se com elas, provaram do conhecimento delas, gostaram ou não de tais culturas. Zeca Camargo, em seu livro *A Fantástica Volta ao Mundo*, afirma que procurou mostrar à população brasileira um mundo diversificado culturalmente, porém ao mesmo tempo muito semelhante, assim explicando o vasto processo de aculturação em que se vive.

“Quanto mais diferente (à primeira vista) o país que eu visitava, mais eu me esforçava para achar pontos em comum com o mundo que eu conheço (que é em boa parte, o nosso Brasil)” (CAMARGO, 2004, p.7).

A ideia da série começou em outubro de 2003. O roteiro inicial contava com uma lista de 40 países. Projetos, orçamentos e equipes davam os últimos retoques, pois no dia 16 de maio de 2004, no aeroporto Tom Jobin, do Rio de Janeiro, Zeca conheceria a primeira escolha dos telespectadores que votaram pelo telefone e pela internet. México ou Guatemala? Venceu o México. Especiarias, arquitetura e muita aventura passaram a apimentar as noites do Fantástico. 00’59” “Isso que eu chamo de viagem compacta, tchau”. (Zeca acaba de embarcar em táxi lotado de bagagem).

Mariachi, cantores mexicanos, começavam a história da primeira reportagem através de uma letra musical que falava da cultura do México. Assim, Zeca começava aos poucos se envolver com o local, principalmente quando lhe serviram uma *pancita de buli*, ou seja, um estômago de boi, cozido numa água sangrenta. Zeca Comenta: 1’50” “*hummm mas isso desce que é uma beleza, desce conversando*”. Depois da capital, o destino de *A Volta ao Mundo* se resumiria à cidade de Oaxaca, ele comenta 2’38” “Hoje o dia vai ser na estrada na região de Oaxaca para explorar algumas ruínas e como todo bom mexicano a gente arrumou um fusca, é ele que vai acompanhar, é ele que vai levar gente para as *carreterGas*, dia comprido, vejo vocês em Mitla”. Um lugar pequeno que Camargo (2004, p. 20) definiu como exemplo das cidades de interior no Brasil.

A próxima escala foi o Havaí, o público deveria optar ou pela Califórnia ou pelo Havaí. Então, *aloha* (bem-vindo), o Havaí é repleto de clichês, comenta Zeca Camargo (2004, p. 36). Camisas floridas, bermudas, as famosas sandálias, além daquele colar de flores que segundo o jornalista tinham um perfume muito forte (2004, p. 37). Adereços estes, que unidos, construía as histórias de Honolulu, a maior cidade e capital do Estado americano do Havaí. Zeca comenta que “tudo no Havaí é feito para agradar turistas” (2004, p. 38). O Havaí reservou muitas surpresas a pequena equipe enviada pelo Fantástico. Zeca e Guilherme garimpavam imagens quando resolveram ir até o vulcão chamado “Cabeça de Diamante”. Seria uma caminhada normal, com equipamentos, suor e cansaço, se não fossem surpreendidos pelo carro Limusine que acabava de parar e oferecer-lhes uma

carona, que custou apenas US\$ 2,50. Zeca ainda aprendeu no Havaí a surfar, como diz em seu livro *A Fantástica Volta ao Mundo*: “incrível! Com apenas uma aula prática eu já embarcava no surfe! E em menos de uma hora na praia de *Turtle Bay*, eu já estava de pé, deslizando equilibrado sobre as ondas! Claro que minha prancha era de principiante” (CAMARGO, 2004, p. 40).

Próxima escala, a Ilha do Norte ou Ilha do Sul? O destino escolhido pelos telespectadores foi a Ilha do Sul, (as duas ilhas se localizam na Nova Zelândia). Este lugar é a capital dos esportes radicais. *Queenstown* foi um dos lugares que causou uma boa impressão ao jornalista Zeca Camargo, apesar da variação de temperatura, pois deixou o Havaí com média de 32 graus para cair nos 10 de *Queenstown* na Nova Zelândia. O vinho do país está cada vez mais famoso, Zeca comentou que ao prová-lo em uma cidade vizinha chamada *Arrowtown* descobriu um ritual comum na cidade. “Numa cerimônia dessas você não bebe o vinho. Eu sei, mais fiquei um pouco chocado. Você pega a taça, experimenta, dá uma bochechada – uma bochechada! – e cospe num balde. Em seguida você gasta alguns minutinhos discutindo o que sentiu” (CAMARGO, 2004, p. 54).

Bungy jump, 175 metros de altura e “o som emitido pelas minhas cordas vocais estava mais próximo de um grito de puro horror” (CAMARGO, 2004, p. 57). Zeca (2004, p. 59) se desligou da terra por alguns segundos, disse que a experiência de saltar do *bungy jump*, foi uma das aventuras mais incríveis que realizou para produzir matérias ao Fantástico:

De repente eu estava numa cadeirinha, amarrada a um pára-quedas, sendo puxado por um barco no meio do lago Wakatipu, só esperando a contagem regressiva para pular. Não é mesmo um salto convencional: para aumentar o desafio, eles inventaram essa coisa de lancha. Primeiro, é preciso achar um lugar onde o vento não atrapalhe (se você, como eu, achava que a mais de 100 metros de altura o vento era uma das últimas preocupações, pense de novo). Então, você começa a subir...E subir... E o lago vai ficando lá em baixo...A terra vai ficando lá em baixo...eu já estava tão louco que não pensei duas vezes saltei da cadeira e...Voei “ (CAMARGO, 2004, pp. 58-59)

A Fantástica Volta ao Mundo chega à Nova Zelândia, a capital dos esportes radicais. Dia 06 de junho de 2004 Zeca Camargo e Guilherme Azevedo vão à caça de mais um tesouro, ou seja, de mais uma matéria. Produziram um vídeo de 09'21", o que é extenso se comparado à maioria das reportagens de televisão. "Os telejornais tem em média 24 minutos de duração e suas reportagens geralmente tem uma apresentação de 1'05" e 1'30" (CURADO, 2002, p. 97). Um jornalismo vivo, é isso que Zeca faz, pois ele vive a experiência e ao mesmo tempo observa os fatos e os personagens que lhe cercam. Já inicia sua matéria na Nova Zelândia dizendo, aos 00'54", que perdeu um dia na sua vida, devido aos fusos horários, assim, ele não viveu o dia 1 de junho de 2004, desta forma, já começa usando-se como exemplo, pois ao contar que perdeu um dia na sua vida, acaba não apenas falando dos fusos horários, mas demonstrando que estava presente, foi uma das vítimas. O que é uma característica do *Gonzo Journalism*, cujo objetivo é viver o fato para contar tal história a seus receptores, sem importar-se, a princípio, com os demais personagens da matéria.

No entanto, Zeca, além de utilizar elementos do Gonzo, ao ser o personagem, também utiliza atrativos do *New Journalism*. Camargo foi um observador feito Tom Wolfe e ambicioso como Truman Capote. "O bom Gonzo Jornalista possui o talento de um grande jornalista, o olho do fotógrafo e a sensibilidade de um ator. Ele vive a ação, está presente para retratá-la com as palavras (CZARNOBAL, 2003, p. 29). No começo do vídeo (01'23") ele diz, "fomos explorar *Queenstown*, a capital dos esportes radicais", assim, o seu texto inclui a ele próprio e o colega cinegrafista como personagens do assunto. Mas, ao escrever em terceira pessoa, utilizando uma fala informal, participando das reportagens e relacionando-se com os personagens que entrevistava, Zeca transformava, também sua reportagem num estilo do *New Journalism*. A observação de Zeca sobre um bondinho comentando as paisagens, o belo, o frio do lugar (1'43"), faz com que as duas vertentes do jornalismo literário, *New Journalism* e *Gonzo Journalism* acabem se misturando, até inclusive por terem formatos semelhantes.

Ao passo que Zeca observa, descreve a paisagem e fala da altitude do local, ele está utilizando características do *New Journalism*. Conforme retratado no primeiro capítulo no que diz respeito a criatividade do formato *New Journalism*, e confirmado nesta reportagem da Nova Zelândia, Camargo incorpora as peculiaridades desta vertente do jornalismo

literário ao criar uma pauta no país, ao observar o bondinho e a paisagem e, principalmente, ratifica as influências do Gonzo ao se intrometer na narrativa para dizer o que pensava sobre o assunto, mesmo sendo com poucas palavras. Como se observa nessa passagem 2'33" "Fica fácil entender porque a Nova Zelândia se tornou a locação favorita de filmes de aventura nos Estados Unidos, a paisagem é drástica e sedutora. Tudo o que um diretor não consegue reproduzir em estúdio". Percebe-se o diálogo entre os dois sub-gêneros quando Zeca reclama do frio e tenta manter um diálogo apelativo com os seus telespectadores "será que vocês não querem votar para deixar a gente aqui por mais uma semana hein?". Mas quando Zeca fala do frio, ele não só observa como também sente as variações térmicas. O que é uma característica do *Gonzo Journalism*: sentir, viver para relatar. O Gonzo Jornalismo tem como alegorias distintas a observação participativa numa reportagem, exatamente conforme a participação de Camargo.

Aos 02'05", "antes de me dedicar a atividades mais arriscadas..." Zeca Camargo fala que preferiu fazer um safári de jipe pelas "paisagens radicais". Aos 02'25" da reportagem, lá estava ele sentido o calafrio do perigo, subindo morros íngremes e atravessando rios de correnteza. Mais uma vez, o jornalista está realizando o Gonzo jornalismo, ou seja, vivendo a história.

Começa a relação mais íntima com os personagens (02'53") na cidade de *Arrowtown*. Zeca e Guilherme encontraram Lillian, uma brasileira que ficou deslumbrada com a Nova Zelândia e resolveu casar e morar lá. O marido de Lillian é enólogo, assim, aos 03'53" do vídeo, Zeca Camargo estava provando o vinho da Nova Zelândia. Porém, antes de ingerir o saboroso líquido da uva, Zeca foi submetido a um ritual de degustação cultivado na Nova Zelândia. Durante a degustação você não toma o líquido, mas sim, o boceja e depois o cospe em um balde. Neste período do vídeo o jornalista é um Gonzo Jornalista, pois provou do vinho para contar não só a forma estranha de degustação, mas também para dizer se gostou ou não de tal vinho, baseado na opinião do jornalista é que o público estará condicionado. Em análise da técnica da reportagem, percebe-se que a afirmação de Pedro Maciel (1995, p. 60) onde diz que a reportagem é a forma mais completa de notícia transmitida pela TV, por apresentar texto, imagem, presença do apresentador, do repórter e também dos entrevistados, corresponde aos elementos que o jornalista Zeca Camargo realizou, porque a informação sobre o país estava completa, as

imagens eram curiosas e até certo ponto artísticas (numa parceria entre dois repórteres do *New* e do *Gonzo Journalism* – porque é necessário incluir o repórter cinematográfico Guilherme Azevedo neste quesito), o apresentador participava da reportagem, explicando ao expectador os detalhes que a matéria apresentava e, também, porque conseguia interagir com perfeição com os entrevistados.

Aos 04'07" a aventura na Nova Zelândia prometida no início da reportagem começa a tomar forma. Zeca Camargo se aquece saltando de um *bungy jump* de 40 metros de altura. Como mostra o vídeo aos 05'10", a aventura seria aquática. Zeca encarou um passeio de barco desgovernado, sobre um rio de belas correntezas. Mas o êxtase da adrenalina aconteceu com um salto, o maior salto de sua vida, 175 metros de altura e apenas seguro a um pára-quedas. Aos 06'31", "agora não tem mais jeito, a cadeirinha está me esperando, vamos subir", o texto de Zeca é subjetivo, no caso do "Novo Jornalismo" o repórter testemunha, passa a viver o fato com maior contato. A redação pode ser efetuada em primeira pessoa como em terceira, porém com uma linha de seqüência literária e subjetiva. Aos 06'38" ele diz: "Vamos subir primeiro de pára-quedas", aos 06'45" fala "Tchau! É demais"! Aos 06'50" "Não dá pra acreditar é muito alto!!!!", e aos 06'54" "É muito alto!!!!". Pouco tempo depois, no exato tempo de 06'59" ele fala: "Olha só!!" e chama o telespectador, para sentir as emoções do salto com ele. 07'04" "Caramba ta indo mais alto ainda", ele ri. 07'16": "Vô falar essa é a coisa mais legal que eu fiz no Fantástico"! Aos 07'17" o jornalista se despede do público "tchau gente", e isso se mistura com gritos de emoção de Zeca. "Inacreditável", "que coisa maravilhosa", "sensacional". Aos 07'52", no final da reportagem, Camargo aparece seguro por um bote que lhe aguardava numa distância de 175 metros, contaminado pela adrenalina, pode-se compara-lo ao autor Truman Capote quando passou meses envolvido com uma gangue de motoqueiros para descobrir como era a vida daquelas pessoas.

Os depoimentos anteriormente citados e extraídos da reportagem apresentada, mostram que o *Gonzo Journalism* está presente na matéria, pois o texto está escrito ou "falado" em primeira pessoa e é confessional, porque o jornalista revela sua emoção e até o medo ou a surpresa com a altura. É absolutamente perceptível, apesar de Camargo contar de modo tranquilo a aventura que fazia, o nervosismo e a ansiedade com que o jornalista aguardava o ponto alto da aventura, até demonstrar um descontrole com o salto. O

parágrafo anterior demonstra claramente a tendência do Gonzo Jornalismo. Zeca além de estar vivendo as aventuras da Nova Zelândia, descreve as sensações do salto de 175 metros. Assim, o texto empregado na reportagem fugiu aos padrões objetivos e deu espaço a uma linguagem subjetiva, coloquial e também confessional. Onde o jornalista grita, chama o seu telespectador, diz que está sendo “demais”.

Em *Istambul*, o jornalista revive o carnaval brasileiro, porém sem o comando do Mestre Sala e da Porta Bandeira. Desta vez, a Filipina Eileen comandava a folia. Aos 02’35” ele diz: “Mas que carnaval é esse? Peraí. Tem brasileiro no batuque?” “Não, não; nessa banda só entra filipino”, comenta Zeca. Eileen é apaixonada pelo samba e a bossa nova brasileira. Assim, se inspirou para construir a banda Guarará, composta por pessoas com a cor do filipino, mas com o gingado brasileiro. Aos 03’15” Eileen dá um depoimento: “Brasil, eu adoro sua música!”. Aqui, conforme o *New Journalism*, Camargo abre espaço para que os personagens falem, revelem seus gostos, suas paixões, suas curiosidades. Ele consegue mostrar Eileen naquilo que Tom Wolfe chamou de apontar uma personagem por todos os ângulos. Eileen, em termos de imagem e também de texto, é desvendada, física, culturalmente e, também, emocionalmente.

Por mais que Zeca seja brasileiro e goste de carnaval ele não caiu na folia, a reportagem representa apenas a observação da festa. Da mesma forma que as imagens captadas pelo cinegrafista Guilherme também representem o sentido passivo, ou seja, da observação. Em algumas reportagens Zeca se aproxima da câmera, a ponto de quase desfocar a sua imagem, atitudes como essa são capazes de aproximar o telespectador e como se estivessem no mesmo lugar conversando. Se enumerar as diferenças entre o jornalismo tradicional e o *New Journalism* afirma-se que, o jornalista não está seguindo um padrão de postura no vídeo, pois segundo Curado (2002, p. 107) é necessário buscar cenas com elementos que dão equilíbrio, pois um mal enquadramento possibilitará uma aparência feia e também confusa, o que pode distrair o telespectador. Outro detalhe importante é a questão de dar “teto”, saber enquadrar a imagem natural do corpo do entrevistado, além também de poder desfocar os objetos do fundo para se ter maior atenção do telespectador. Zeca não seguiu ao pé da letra tais regras e como na década de 60 feito o *New Journalism* e o *Gonzo Journalism*, ultrapassaram o formato tradicional da época.

Aos 03'35" da reportagem, a equipe de jornalismo do Fantástico visita uma brasileira, a Jaciara, que além de ser gaúcha vive há 7 anos nas Filipinas. Como uma boa guia, ela levou Zeca e Guilherme a um restaurante típico, onde o prato principal é: "Que que é isso mesmo? Hummm..., um simples ovo de pato fecundado" (05'02"), o *balot* como é chamado lá. Neste item observa-se o coloquialismo do texto de Zeca Camargo, se ele fosse reproduzir a sua fala para o texto impresso, estaria realizando exatamente o *New Journalism*. O uso de figuras de pontuação do *New Journalism* é criado com uso de muitos pontos pouco convencionais no jornalismo tradicional, como reticências, exclamações e até palavras onomatopéias, como exemplo cita-se o "hummmm" que Zeca emitiu quando lhe explicaram o que ia comer.

Neste trecho, o estilo Gonzo Jornalismo também aparece, porque o jornalista não se limita à coleta de depoimentos das testemunhas, mas principalmente prima em viver a ação para daí sim contar a história com maior dimensão dos fatos, e desta forma, o autor passa a ser um dos personagens da sua própria matéria. Ao provar o ovo fecundado (*balot*), Zeca submeteu-se a comer algo incomum na culinária brasileira e em especial do próprio jornalista. Ele comenta: "muita coragem nesta hora [...] tô suando" (05'14"). Aos poucos vai relatando o telespectador como é tocar no alimento. No seu livro *A Fantástica Volta ao Mundo*, Zeca Camargo descreve com maior ênfase como foi a experiência:

Ilha da Madeira, Portugal. "Aqui ou se estas a subir, ou se estas a descer". No dia 16 de maio de 2004, Zeca Camargo e Guilherme Azevedo chegam ao final da volta ao mundo. Para falar de Madeira, construiu-se uma reportagem de 06'50" de sons, imagens e pessoas.

Logo no início da reportagem observa-se que Zeca Camargo procurou seguir uma estrutura padrão da reportagem audiovisual (Cabeça; off; boletim; sonora e pé). A "cabeça" da matéria foi apresentada no estúdio da rede Globo de televisão pelos jornalistas Pedro Bial e Renata Ceribelli, aos 00'19". O "off" trata-se de um texto de Zeca que narra as imagens apresentadas simultaneamente, aos 00'17".

Aos 00'17" o jornalista percorre um enorme mapa desenhado no chão de Madeira e indica o local que "A Fantástica Volta ao Mundo" iria acabar. Madeira, um território autônomo que pertence a Portugal. Destaca-se uma das primeiras observações do jornalista aos 00'48": "espaço plano, uma raridade, assim, os quase 250 mil habitantes não têm outra

opção se não a de se construir em verdadeiros precipícios”, “a recompensa? Olha a vista, ali, falando nela, vamos ver lá de cima?”.

Primeiro Zeca observa a paisagem e a comenta com expressão e entusiasmo. Ele poderia simplesmente dizer que o relevo da ilha de Madeira é bastante acidentado, com declives e aclives, no entanto ele preferiu falar que ali vivia uma população. Ao citar a frase “o espaço plano é uma raridade” ele não só faz uma afirmação e assim esboçando o seu ponto de vista, como escreve com expressão, ou seja, arte, além de usar o adjetivo “raridade”. O uso de adjetivos é uma característica da linguagem literária, o que prova a subjetividade empregada ao texto.

Zeca pega um teleférico para subir no alto de uma das várias montanhas locais, e comenta que: “vamos economizar um pouco de energia, estamos no final da viagem”. O jornalista deixa claro o envolvimento com seus telespectadores, ele confessa várias vezes o que está sentindo, faz comentários, descreve e se envolve.

Aos 01’21”: “E neste lugar ou se estas a subir ou se estas a descer uma ladeira é que descobrimos um método de transporte tradicional, mas bastante original”. 01’29” “Se o teleférico facilita a subida, o que facilita a descida é o carrinho, você acha que conhece todos os esportes radicais, então bem vindo a esse da Madeira”.

O primeiro “boletim” aconteceu aos 01’32”: “se o teleférico facilita a subida o que facilita a descida é o carrinho”. Na verdade o “boletim” esteve várias vezes presente na reportagem. Pode-se enfatizar nesta passagem do vídeo a forma como Zeca aparece. Ele aponta o dedo indicador à câmera de forma a manter um relacionamento ainda mais íntimo com o seu telespectador. Deste modo, o jornalista toma uma atitude pouco comum quanto à postura de um repórter diante de uma câmera.

Aos 01’40” lá vai Zeca descer a ladeira em alta velocidade. 01’47” “Vamos embora, é a única saída, pra baixo”. Aos 02’00”: “Óh o decidão huhu...”. Aos 02’05” “esse é o fim da linha?”, pergunta Zeca aos motoristas do carinho. 02’09” “pelo nível de adrenalina eu acho que isso aqui devia ser modalidade esportiva, vejo vocês na China em 2008!”, ao descer do carrinho Zeca cai e começa a rir. Na questão técnica da reportagem destaca-se uma falha pelo excesso de luz, um contra-luz.

Aos 02'22" da reportagem, entra a fala: "No dia seguinte fomos conhecer de perto os vales profundíssimos que marcam a Madeira". Em seguida olha para a câmera e novamente cria uma identidade com o telespectador. Existem dois personagens: Zeca e quem está o assistindo. Ele olha firme para a câmera e diz: "Você tem problemas com a altura? Acho que a Madeira não é um bom lugar para você. Olha a vista daqui de cima como é vertiginosa". Zeca faz o comentário em forma de boletim, usa novamente um texto literário.

Mais tarde, aos 03'41": "Existem duas maneiras de conhecer a ilha da Madeira, uma é admirando a geografia e a outra é conhecendo os sabores e as cores da ilha. Não tem melhor lugar para isso do que aqui no mercado principal, vamos!". Percebe-se a grande influência e participação do repórter até mesmo na análise da técnica da reportagem. Pois na ilha da Madeira Zeca esteve presente em 13 "sonoras", o que demonstra ser o personagem. Um outro detalhe importantíssimo é que nessa reportagem Camargo parece manter um permanente diálogo com o telespectador. Isto é uma característica que deriva do *New Journalism*, através dos estudos de Tom Wolfe, de que o diálogo é uma ferramenta de constituição fundamental de uma boa reportagem deste sub-gênero do jornalismo literário. E através do diálogo de "ilusão", por assim dizer – porque Zeca conversa com um espectador fictício – a pessoa que assiste à reportagem sente-se como um participante ativo da história. Ele, em casa, tem vontades, sensações e emoções. Este estilo, brotado do *New Journalism* emprega criatividade e, principalmente, consegue a atenção da audiência.

A "sonora" ou entrevista acontece aos 04'56". Zeca senta-se na companhia de uma portuguesa para provar a sobremesa. Destaca-se que ele é o principal personagem, pois fala mais que a sua entrevistada. Camargo não só fez a pergunta como também participou de várias respostas, se o empecilho fosse a diferença de idioma ainda poderia justificar, porém ele estava em Portugal.

E por fim o "pé", um texto curto para encerrar a reportagem se sucede aos 06'10". "Daqui de cima a 1810m de altura conquistamos finalmente a Ilha da madeira! Que belo encerramento a nossa fantástica volta ao mundo!"

A reportagem sofreu várias interrupções dos comerciais. A ligação dos blocos se deu por frases que indicavam a finalização de um bloco e a previsão do que seria apresentado

no próximo, assim garantindo o nível de audiência. Aos 06'05", os enviados especiais vão ao pico do Areeiro e assim finalizam a reportagem, onde o "pé" descreve a seguinte frase: aos 06'20": "e se brincar daqui um pouquinho a gente está andando nas nuvens".

No dia 19 de setembro Zeca Camargo e o cinegrafista Guilherme Azevedo chegaram ao fim da volta ao mundo. Foram 126 dias, 54 vôos. Depois de estudada conclui-se através da série "A Fantástica Volta ao Mundo" que o jornalismo é de fato homogeneizado, onde jornalistas são influenciados pela literatura. Com o estudo do New Journalism, percebeu-se a importância de manter a criatividade, de estar presente ao acontecimento, em reproduzir as cenas como aconteceram. O jornalismo está muito além de um padrão, ele não é só a técnica, mas sim deve divulgar uma informação aliada à estética e a arte.

REFERÊNCIAS

ÁLVARES, Rodrigo Oliveira. *Jornalismo Gonzo no Brasil*. Monografia de conclusão de curso. PUCRS: Porto Alegre: 2004. Acesso em: <http://flashself.blogspot.com/>

BALOGH, Anna Maria. *O Discurso Ficcional na TV: Sedução e Sonho em Doses Homeopáticas*. São Paulo, Ed. Da Universidade de São Paulo, 2002.

BAPTISTA, Maria Luiza Cardinale. *Comunicação: trama de desejos e espelhos. Os metalúrgicos, a telenovela e a comunicação do sindicato*. Canoas, Ed. ULBRA, 1996.

CAMARGO, Zeca. *A Fantástica Volta ao Mundo*. São Paulo: Ed. Globo, 2004.

CZARNOBAI, André Felipe Pontes. *Gonzo – o filho bastardo do New Journalism*. Projeto Experimental em Jornalismo. PUCRS: Porto Alegre: 2003. Acesso em: <http://paginas.terra.com.br/arte/familiadacoisa/IRD/monogonzo01.html>

CAPOTE, Truman. *A Sangue Frio: o relato fiel de um assassino múltiplo e suas complicações*. São Paulo, Ed. Abril Cultural, 1980 (tradução Ivan Lessa).

ERBOLATO, Mário. *Técnicas de codificação em jornalismo: redação captação e edição no jornal diário*. São Paulo, Ed. Ática, 1991.

FIELD, Syd. *Manual do Roteiro*. Rio de Janeiro, Ed. Objetiva, 1995.

HOHLFELDT, Antonio. *Deus escreve direito por linhas tortas: O romance-folhetim dos jornais de Porto Alegre entre 1850 e 1900*. Porto Alegre: Edipucrs, 2003.

HOLLOWELL, John. *Realidad y Ficción: El nuevo periodismo y la novela de no ficción*. México, Ed. Noema, 1979.

KEHL, Maria Rita e BUCCI, Eugênio. *Videologias: ensaios sobre televisão*. São Paulo, Ed. Boitempo, 2004.

LAGE, Nilson. *A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística*. Rio de Janeiro, Ed. Record, 2004.

LIMA, Alceu Amoroso. *Jornalismo como Gênero Literário*. Rio de Janeiro, Ed. Agir, 1960.

LIMA, Edvaldo Pereira. *Páginas Ampliadas: O livro-reportagem como extensão do jornalismo e da literatura*. Campinas, SP, Ed. UNICAMPI, 1993.

MACIEL, Pedro. *Jornalismo de Televisão: normas práticas*. Porto Alegre, Ed Sagra: DC Luzzatto, 1995.

MACHADO, Arlindo. *A Arte do Vídeo*. São Paulo, Ed. Brasiliense S. A 1997

NINCE, Uvermar Sidney. *Sistemas de Televisão e Vídeo*. Rio de Janeiro, Ed. Livros Técnicos e Científicos, 1991.

OLINTO, Antonio. *Jornalismo e Literatura*. S/D.

PATERNOSTRO, Vera Íris. *O texto na TV: manual de telejornalismo*. Rio de Janeiro, Ed. Elsevier, 1999.

REIMÃO, Sandra. *Em instantes: notas sobre a programação na Tv brasileira*. São Paulo, Ed. Cabral editora universitária, 1997.

SODRÉ Muniz. *O monopólio da fala: Função e linguagem da televisão no Brasil*. Petrópolis, Ed. Vozes, 1984.

VASCONCELOS, Sílvia Inês C. C. *Os discursos jornalísticos: manchete, reportagem, classificados & artigos*. Itajaí, Ed Univali; Maringá: Eduem, 1999.

YORKE, Ivor. *Jornalismo diante das câmeras*. São Paulo, Ed. Summus, 1998.

WOLFE, Tom. *A Palavra Pintada*, Porto Alegre, Ed L&PM, 1987 (tradução Lia Alvergawler).

WOLFE, Tom. *El Nuevo Periodismo*. Barcelona, Ed. Anagrama, 1976.

WOLTON, Dominique. *Elogio do Grande público: uma teoria crítica da televisão*. São Paulo: Ática, 1966.

ZAMITH, Fernando. *Pirâmide invertida na cibernotícia: a resistência de uma técnica centenária*. Cidade: Site prisma.

<http://prisma.cetac.up.pt/artigospdf/piramide_invertida_na_cibernoticia.pdf#search=%22quando%20surgiu%20a%20piramide%20invertida%22>

Acesso em: 04 out. 2006

<http://www.fnpj.org.br/grupos.php?det=35>

Acesso em: 05 out. 2006

<http://webmail.faac.unesp.br/~mldiniz/publicacoes/artigo006.html>

Acesso em: 15 out. 2006

**JORNALISMO, TEXTO OPINATIVO E MANUAIS DE REDAÇÃO: UMA
RELAÇÃO DE RESPONSABILIDADE**

RESUMO

Este trabalho analisa as características da escrita de 16 colunas veiculadas no jornal Folha de Soledade entre 1 a 29 de abril de 2006 e 1 a 22 de julho de 2006. Para realizá-lo, será utilizada pesquisa bibliográfica de autores que enfocam o tema relacionado ao jornalismo opinativo. Esta monografia tem como objetivo buscar subsídios para a discussão do trabalho científico. No decorrer do projeto, pretende-se identificar o papel do jornalista no contexto opinativo. Igualmente, mostra-se a importância da opinião nos textos jornalísticos relacionados à objetividade e subjetividade. Também, este trabalho de finalização de curso enfatiza a necessidade do jornalista dominar a Língua Portuguesa para escrever um texto opinativo, uma vez que tenha como fonte de consulta os manuais de redação e os livros didáticos. Por fim, analisa-se as 16 colunas através do estudo detalhado e qualitativo das normas da Língua Portuguesa baseada nas frases que fogem às regras gramaticais e tenta-se organizar e propor alternativas para uma escrita diferenciada e correta, cumprindo com a verdadeira função do jornalista.

Palavras-chave: opinião, jornalista, escrita, manuais de redação, jornalismo opinativo.

“Para bom entendedor, meia palavra basta”. No jornalismo, esse dito popular não funciona. O jornalismo propriamente dito é uma atividade de comunicação, que consiste na prática de coletar, redigir, editar e publicar informações sobre assuntos da atualidade. A grande característica da atividade jornalística é a veiculação dos fatos e dos acontecimentos do cotidiano, ou seja, a capacidade de transformar em uma notícia ou em uma grande reportagem, tudo o que é de interesse público. Para Luiz Beltrão,

⁶É jornalista formada pela Universidade de Passo Fundo.

O jornal é um catalisador de opiniões, um agente da consciência pública. [...] é como um porta-voz, um alto-falante, que há de ampliar o tom das palavras e o sentimento das idéias [...] para que atinjam e firam a comunidade, levando-a a manifestar-se e agir. (1980, p. 52)

Marcondes Filho acredita que “o jornalismo é essencialmente seleção, ordenação, atribuição ou negação de importância de acontecimentos dos mais diversos, que passam a funcionar como se fossem um espelho do mundo” (1993, p.57). Conforme o autor, faz parte do íntimo do jornalista recriar a realidade ao estilizar a notícia e dar uma nova forma ao produto que deverá chamar a atenção. Isso só acontece porque o jornalismo da grande imprensa procura englobar assuntos relacionados a todas as camadas sociais. O que se percebe é que esse tipo de público busca orientações através do meio jornalístico, porque o entendimento e a interpretação dos fatos são requisitos dessas pessoas quando procuram a experiência de profissionais especializados.

Ainda tomando como verdade as palavras de Beltrão, “o leitor [...] é um ser perplexo diante da vertiginosa mutação da face do mundo e que busca no jornal a explicação [...] de tudo quanto de significativo e decisivo está acontecendo ao seu redor e até mesmo daquilo que vai acontecer” (1980, p. 53). Nesse sentido, o profissional da escrita deve saber redigir um texto de forma simples, sendo claro nas ideias e correto quando escreve. Pensar sempre no leitor, uma vez que o público alvo do jornal é muito variado. Por esse motivo, o jornalista deve escolher muito bem as palavras que irá utilizar, de preferência as mais comuns, e pensar a construção das frases de maneira precisa para evitar o sentido ambíguo. Um bom profissional precisa ser breve: descrever o máximo, escrevendo o mínimo. É a chamada concisão, que trocando em miúdos, denomina-se economia positiva de palavras.

[...] o jornalismo exige que cada redator tenha o poder de síntese, para resumir em poucas palavras uma conferência toda ou várias discussões de um congresso. A regra primordial é narrar o fato simples e rapidamente, para que o público fique bem informado. (BUENO apud ERBOLATO, 1991, p.91)

É importante, também, seguir algumas normas na hora de escrever. Conforme o artigo “Manuais e normas de redação” de Nilson Lage, no texto literário é permitido o uso da descrição cena a cena e do narrador personagem. Nele, o autor pode abusar da imaginação. Já no texto jornalístico, no que se refere ao padrão estipulado pelos

americanos, em 1950, essas características são barradas. Bem se sabe que, segundo Lage, a obra prima do jornalista é baseada na especialização da busca de fatos políticos, sociais ou econômicos. A maneira mais simples de se fazer isso é ser objetivo.

Para o professor Luiz Beltrão, objetividade é a característica do jornalismo autêntico. “Ser objetivo é apegar-se ao acontecimento, esmiuçá-lo, narrá-lo de modo a que nenhum aspecto importante seja sonogado ao conhecimento do receptor, pois assim a exposição será igualmente valiosa para quantos necessitem utilizar a informação” (1976, p.26).

Já Ronaldo Henn é totalmente contrário a definição citada acima. Para ele, objetividade sempre foi um mito que o jornalista perseguiu a vida inteira, mas nunca atingiu. A afirmação do autor é clara no sentido de que ele acredita que objetividade nada mais é do que produzir uma notícia nua e crua. Fugir definitivamente da subjetividade, ou melhor, ser completamente fiel aos dados e/ou fatos apresentados.

A maioria das críticas que se faz ao jornalismo acaba sendo uma [...] prática que falseia a realidade. O que os críticos estão exigindo é um jornalismo objetivo, no sentido tradicional. Mas o problema da objetividade não está na questão do falseamento em si, mas no tipo de enfoque a que está amarrada a linguagem jornalística. (HENN, 1996, p.45)

Os profissionais de hoje, de acordo com o pensamento de Marques de Melo, estão se tornando cada vez mais “líderes” para com seu público. É a partir desse ponto de vista que a objetividade jornalística indica a direção correta para se fazer uma matéria limpa. Para o leitor, a objetividade significa a segurança de estar lendo algo verídico, sem ter sido modificada pelo julgamento do repórter. Na percepção de Melo, a função básica é, justamente, evitar que a notícia chegue alterada para quem lê. O autor afirma que a “[...] veracidade é uma consequência [...] de difusão jornalística que permite à coletividade a confrontação dos fatos [...] no sentido de preservar essa confiabilidade em relação ao público” (1985, p.58). Segundo ele, esse é o elo fundamental para que o processo jornalístico se concretize.

Na teoria do jornalismo, ao se produzir uma matéria, seis questões devem ser respondidas: O quê? Quem? Quando? Onde? Como? Por que? Para o jornalista, simplifica-se em quatro letras: LIDE. O lide é um dos pontos chave para ser objetivo no sentido da escrita, além, é claro, de proporcionar ao leitor um breve resumo do contexto da matéria,

informando-o a respeito dos fatos mais importantes. Esse processo dá ao leitor uma certa vantagem. Mesmo que ele não leia toda a notícia, alguma ideia do que ela trata será captada. Para Elcias Lustosa, o lide

Representou uma solução inovadora para a construção de um texto de notícia padronizado e homogêneo. O modelo lide é muito questionado, mas continua sendo objeto de exercícios nos cursos de graduação em jornalismo. Ele ainda é defendido por alguns autores como recurso de grande valia para a construção de uma boa cabeça de matéria. (1996, p.78)

Segundo Adelmo Genro Filho, em “O Segredo da Pirâmide”, o lide deve descrever a maior singularidade da *notícia*. Já no texto de *reportagem* ou de *revista*, o lide aparece de forma menos precisa, uma vez que não há necessidade de responder imediatamente a essas perguntas. Sua principal função é oferecer uma prévia como, por exemplo, a descrição de uma imagem ou do assunto a ser abordado. O lide deve ser objetivo: evitar a subjetividade e ser mais exato, valendo-se da linguagem clara e simples. Isso não quer dizer que o lide tenha caráter burocrático. Pelo contrário, o leitor ganha interesse pela notícia quando o lide é coerente e bem elaborado.

Igualmente, a linguagem empregada nessa comunicação deve ser possível na língua falada e aceitável na língua oficial. Por esse motivo, o uso da 3ª pessoa é quase uma regra. Isso porque, dentro do jornalismo, há espaço para a opinião do autor, que é mais acentuada do que de costume. Só para esclarecer: a opinião explícita do jornalista é vetada apenas no jornalismo informativo, em que predomina, basicamente, a transposição real dos fatos e busca sempre a imparcialidade. Mas, será que no jornalismo, é realmente possível ser imparcial? Se é o próprio profissional quem escolhe o título, as fontes, a angulação e o rumo que a matéria vai tomar, onde está a imparcialidade? Adelmo Genro Filho explica:

O jornalismo deve ser imparcial, mas deve interpretar os fatos e guiar seus leitores. Fica evidente que há uma interpretação e um sentido que deve brotar naturalmente dos próprios fatos, com base nos preconceitos e concepções dominantes na sociedade, que se manifestam no chamado bom senso, expressão individual da ideologia hegemônica. (1987, p.124)

Sabe-se que, no discurso imparcial, os temas abordados não podem conter qualquer sensação, impressão ou opinião de quem escreve. Danielson Roaly, em seu artigo “Se Deus não existe, jornalismo imparcial também não”, publicado no site Canal da Imprensa, é

convicto quando afirma que “Deus existe e o jornalismo imparcial também, os homens é que não acreditam nele”. É lógico que, por trás de quem escreve um texto, há sempre uma pessoa ou equipe responsável para dar sustentação aos temas escolhidos.

Dessa forma, como ser imparcial? Criar no jornalista, através da sua profissão, o senso de anulação da própria forma de pensar. Visar sempre favorecer o bom jornalismo e a cobertura igualitária dos fatos. Mas, para Roaly, “se no jornalismo fala-se de imparcialidade é porque ela existe, ou pelo menos já existiu em algum lugar. Nem que seja na mente do idealizador do próprio jornalismo” (2006, acesso em: 16/08/06). Portanto, o autor acredita que ela só não existe porque os jornalistas não a colocam em prática.

Nesse patamar, quem comunica quer transmitir o conhecimento das ideias. O que acontece, na maioria das vezes, é a transmissão interpretada do fato, ou seja, a visão ou a opinião sobre o assunto. Por esse motivo, há quem discorde da imparcialidade no jornalismo. João Nemo, autor do artigo “Imprensa e eleições: aqui e lá”, publicado em 19 de outubro de 2004, no site Mídia Sem Máscara, está incluído nos defensores do “jornalismo parcial”. Ele acredita que não existe possibilidade alguma de o jornalista descrever qualquer fato sem colocar uma pitada do que ele pensa ou sente. E ainda acrescenta:

Não existe jornalismo imparcial embora exista jornalismo honesto.[...] Não há mal algum em um jornalista, ou empresa jornalística, emitir opinião e declarar preferências porque, dessa maneira, a informação ou o argumento será recebido sob o filtro da credibilidade atribuída ou da identificação de idéias.[...] É desumano exigir que o jornalismo seja imparcial, mas é razoável pedir que seja honesto. (2004, acesso em:16/08/06)

Na mesma perspectiva, todo texto informativo não está livre da subjetividade, da opinião, e, conseqüentemente, da parcialidade. Michele Boff defende que “qualquer produto jornalístico, seja ele opinativo ou informativo, está repleto de valores, de interesses e, mais, de subjetividade” (2005, p.13).

[...] os jornalistas teimam em manter as aparências. Defendem a objetividade; o uso das aspas; o texto fechado a fórmulas; os discursos fragmentados; a presentificação; preferem a voz oficial ao discurso plural. Enganam-se a si próprios com o mito da imparcialidade. Esquecem que são sujeitos, que trabalham com sujeitos e que fazem jornalismo para sujeitos. Negam, veemente, a subjetividade: a sua; a das fontes; a dos receptores. (BOFF, 2005, p.13)

Entende-se que os jornalistas são pessoas que trazem consigo uma bagagem histórica e social. São elas que estabelecem como se dará a produção dos textos. A ação dos sujeitos interfere na notícia, ou melhor, no produto final do jornalista. Essa intervenção deixa, nas entrelinhas do texto carregado, a subjetividade.

No entanto, quando se fala em gênero opinativo, busca-se situar as pessoas quanto ao rumo dos acontecimentos. Fazer um julgamento próprio a respeito de determinado tema e repassar ao leitor através do texto. O real significado da palavra opinião vem do Latim “opinari” e significa interpretação que depende do sistema de valores em função do que se é dito. Luiz Beltrão diz que opinião “trata da função psicológica pela qual o ser humano, informado de ideias, fatos ou situações, exprime a respeito de seu juízo” (1980, p. 14). Para Emanuel Kant,

[...] Opinar é um considerar – algo – verdadeiro que, com consciência, é tanto subjetiva quanto objetivamente insuficiente. Se o considerar – algo – verdadeiro é só subjetivamente suficiente, sendo ao mesmo tempo tomado como objetivamente insuficiente, então denomina-se crer. Finalmente o considerar – algo – verdadeiro, que é tanto subjetiva quanto objetivamente suficiente, chama-se saber. (1983, p.400)

Tendo como base as palavras de Marcondes Filho, pode-se dizer que os textos opinativos, pela característica subjetiva, levam o leitor a dialogar com o veículo. Para Adair Caetano Peruzzolo, “é ótimo e importantíssimo, esse diálogo e atenção ao povo leitor. [...] Essa ligação do comunicador com o público poderia ser vista como benéfica, pois tudo indica que o público do futuro será seletivo do ponto de vista da comunicação” (1972, p. 238).

A ideia de opinião, portanto, se aproxima com a de conhecimento, visto que quem opina não precisa, necessariamente, dominar completamente o assunto. Isso só é permitido no jornalismo opinativo, pois de um modo geral, ele abriga, ao mesmo tempo, a interpretação e a leitura de uma pesquisa baseada em fontes documentais e/ou testemunhais. Por esse motivo, o texto jornalístico não é somente a reprodução do pensamento de alguém sobre determinado assunto, mas sim, uma análise profunda baseada em dados capazes de torná-la legítima enquanto expressada de forma jornalística. Julian Mariás afirma que:

[...] quando alguém declara que não tem opinião, não quer dizer que não sabe, e, sim, que não tomou posição por falta de interesse ou por não ter presente as possibilidades de opinar ou por não contar com os elementos suficientes para que sua adesão se mobilize até uma delas. Isso significa que não se tem opinião sobre qualquer coisa, mas somente sobre certos temas que interessam para orientar a vida. (MARÍAS apud BELTRÃO, 1980, p.16)

O texto opinativo, conforme Luiz Beltrão, é responsável pela orientação do leitor sobre como se posiciona determinado veículo frente a temas noticiados nas páginas internas. Segundo ele, o jornal veicula três tipos de opinião que, quando estão juntas, manifestam a discussão da opinião pública. São elas: a do editor, a do jornalista e a do leitor.

[...] a opinião do editor [...] é que dita a política do editorial [...] e é expressa pelos editoriais e pela linha do jornal [...] a opinião do jornalista, isto é, o juízo que manifesta sobre os problemas em foco e a respeito dos quais informa e comenta [...] a opinião do leitor, que se manifesta nas entrevistas concedidas, em pronunciamentos oficiais de grupos, em cartas que escreve à redação, nas próprias atitudes que são objeto de notícia. (1980, p.p 19-21)

Entretanto, na medida em que a opinião em si reproduz manifestação individual das mensagens, o profissional da escrita cumpre com o papel de jornalista, ou seja, disponibiliza a informação e evita que ela fique restrita ao mundo privado de cada um. Para tanto, no momento em que a opinião própria é compartilhada com um determinado grupo de pessoas, tendo como mediador os meios de comunicação, ela adquire a chamada existência pública.

A partir desse propósito, entende-se que os grandes influenciadores das pautas, que geram discussões entre as diferentes classes sociais e que proporcionam a elas o poder de percepção da realidade do país, são os meios de comunicação. A difusão dessas mensagens, que seriam objetivas, mas acabam de certa forma, influenciando o pensamento do público, é tida como a principal forma de impedir a livre formação de opinião. Por isso, faz-se necessário a opinião de quem mantém a instituição jornalística, a opinião do jornalista e a opinião de quem julga o veículo.

No caso do jornalismo, é preciso equilíbrio entre os gêneros informativos e opinativos, uma vez que a diferença entre ambos é percebida na arte de separar textos que informam determinados fatos dos que têm como objetivo apenas comentar esses fatos. Para que isso seja possível, a imprensa deve obedecer as características de cada categoria e

expor ao leitor o propósito de cada texto, facilitando a leitura. Os gêneros opinativos possuem características comuns tanto na estrutura textual quanto na análise.

[...] No entanto, cada um deles tem sua própria identidade no contexto do jornalismo brasileiro. É bem verdade que quase todos são gêneros universais, presentes na totalidade jornalística de vários países [...] mas assumem caracterização própria em nosso país. (MELO, 2003, p.103)

Na percepção do autor, esses gêneros são classificados da seguinte maneira: “[...] a opinião da empresa, ademais de se manifestar no conjunto da orientação editorial [...] aparece oficialmente no editorial” (MELO, 2003, p.102).

A opinião do jornalista, entendido como [...] pertencente aos quadros da empresa, apresenta-se sob a forma de comentário, resenha, coluna, crônica, caricatura e eventualmente artigo. A opinião do colaborador, geralmente personalidades representativas da sociedade civil [...] expressa-se sob a forma de artigos. A opinião do leitor encontra expressão através da carta. (MELO, 2003, p.102)

Para ilustrar o que foi exposto na citação acima, os gêneros opinativos serão brevemente classificados. Tomou-se por base os autores José Marques de Melo e Luiz Beltrão.

O editorial, para Marques de Melo, “é o gênero jornalístico que expressa a opinião oficial da empresa diante dos fatos de maior repercussão no momento”. (2003, p.103). Ele acredita que a opinião manifestada nos editoriais pretende, exclusivamente, orientar a opinião pública. Portanto, o público alvo é a coletividade. Para Beltrão, “editorial é a voz do jornal, sua tribuna” (1980, p.52). Por ser manifestado por um grupo editorial, ele acredita que esse gênero possui características distintas que se diferenciam de outros gêneros opinativos.

Segundo Melo, o comentário, introduzido no Brasil na década de 50, foi criado para tentar acabar com o monopólio opinativo do editorial. Tendo sua ascensão ocorrida na primeira metade da década de 60, principalmente com a expansão da televisão, deu-se espaço para a manifestação da opinião dos jornalistas fora das entrelinhas. Este gênero traz consigo o estilo da persuasão, assim como qualquer tipo de opinião. Na concepção do autor, o comentário

[...] emerge como gênero definido, realizando uma apreciação valorativa de determinados fatos. A ótica utilizada não é necessariamente a da empresa. Abre-se oportunidade para que o jornalista competente possa emitir suas próprias opiniões, responsabilizando-se naturalmente por elas. [...] O comentário cumpre com a tarefa de examinar fatos também significativos, mas de menor abrangência, como independência em relação à linha editorial. (MELO, 2003, p.113)

Quanto ao artigo, Melo confere dois significados para a palavra em si: “o senso comum atribui-lhe o sentido de matéria publicada em jornal ou revista, [...] outra significação é aquela [...] matéria jornalística onde alguém (jornalista ou não) desenvolve uma ideia e apresenta sua opinião” (2003, p.121). A finalidade deste gênero é dar liberdade ao autor. Ele pode escolher o tema, opinar e escrever da forma que quiser.

Com o crescente aumento entre quem lia jornais e quem apreciava obras-de-arte, “era natural que os editores cedessem espaço para a publicação de matérias bem elaboradas” (MELO, 2003, p.131). Surgia, então, a resenha, cujo significado é a apreciação de obras-de-arte ou produtos culturais que ajudam na orientação dos consumidores. No Brasil, quem faz as resenhas ou as críticas são os jornalistas que têm ou já tiveram atividades relacionadas ao campo da análise. O autor classifica resenha

[...] como um gênero jornalístico destinado a orientar o público na escolha dos produtos culturais em circulação no mercado. [...] Trata-se de uma atividade eminentemente utilitária: havendo muitas opções no mercado cultural, o consumidor quer dispor de informações e juízos de valor que o ajudem a tomar a decisão de compra. (MELO, 2003, p.132)

A crônica, segundo estudiosos, é tipicamente brasileira por ser inteiramente definida. Historicamente, ela significa a narração de fatos de forma cronológica. Considerada, nas palavras de Melo, o embrião da reportagem, esse gênero jornalístico mistura atualidade, oportunidade e difusão coletiva. Características essenciais de manifestação jornalística. Beltrão acredita que crônica “é a forma de expressão do jornalista/escritor para transmitir ao leitor seu juízo sobre fatos, ideias e estados psicológicos pessoais e coletivos” (1980, p.66).

É possível, também, opinar utilizando a imagem. “O resumo do pensamento que é a linguagem fotográfica tem grande poder” (BELTRÃO, 1980, p.72). Uma das formas mais conhecidas de expressão pela figura é a caricatura, que intenciona influenciar um número maior de pessoas que preferem a leitura convencional. Arte recente, a caricatura, segundo Beltrão, foi criada pelos irmãos Carracci, com o objetivo de “confirmar e definir o novo

modo de representação da figura humana” (1980, p. 82). Para Marques de Melo, caricatura é a

[...] forma de ilustração que a imprensa absorve com sentido nitidamente opinativo [...] cuja finalidade satírica ou humorística pressupõe a emissão de juízos de valor. [...] Enquanto gênero jornalístico, a caricatura cumpre uma função social mais profunda que a emissão rotineira da opinião nos veículos de comunicação coletiva. (2003, p.p 163-166)

O leitor, da mesma forma que o jornalista, tem o direito de opinar, reivindicar e expressar sua emoção. Para Beltrão, “o leitor não é, apenas, um complemento econômico ao funcionamento da imprensa; é também parte das implicações filosóficas e morais do termo” (1980, p.86). Essas manifestações aparecem sob a forma de carta, que, para Marques de Melo “é aquele espaço em certo sentido democrático, ao qual cada um pode recorrer” (2003, p. 175).

À coluna, principal objeto de estudo deste trabalho, será destinada uma atenção especial e um embasamento mais aprofundado. A principal característica da coluna é o relato breve das informações. Tem caráter informativo na teoria, mas na prática, vai mais além do que simplesmente opinar. É capaz de emitir juízo de valor e orientar, de forma sutil, a opinião pública. Coluna

[...] corresponde à emergência de um tipo de jornalismo pessoal, intimamente vinculado à personalidade do seu redator. Talvez possa ser identificado como uma sobrevivência, no jornalismo industrial, daquele padrão de jornalismo amador e eclético (MELO, 2003, p. 140).

Este gênero é capaz de trazer análises apuradas com muito cuidado. Mas, no discurso do jornalista, estão contidas informações que comprovam que o que foi exposto, não é meramente opinião, há bases que o sustentam. Conforme Melo, coluna “trata-se, portanto, de um mosaico, estruturado por unidades curtíssimas de informações e de opinião, caracterizando-se pela agilidade e pela abrangência” (2003, p.140).

É perceptível a influência e o alcance que as colunas possuem, tanto que os colunistas têm lugar privilegiado nos veículos. Comumente, eles atraem audiência e oferecem aos leitores, quase que constantemente, informação de primeira mão. Isso lhes garante prestígio e livre trânsito nas esferas de poder.

Na verdade, a coluna cumpre hoje uma função que foi peculiar ao jornalismo impresso antes do aparecimento do rádio e da televisão: o furo. Procura trazer fatos, idéias e julgamentos em primeira mão, antecipando-se à sua apropriação pelas outras seções dos jornais, quando não funciona como fonte de informação. (MELO, 2003, p.140)

Sabe-se que o colunista é um profissional que escreve regularmente aos veículos de comunicação. Só que, atualmente, estes escritores estão ganhando mais prestígio do que as colunas que escrevem. Parece até que o jornalismo opinativo se transformou em “jornalismo de grife”, em que prevalece o nome, a “marca”. Pode-se atribuir o jornalismo de grife às novas mudanças das tecnologias de comunicação, como é o caso da internet. Ela é responsável pela diminuição da importância de grande parcela de jornais e revistas como divulgadores oficiais de notícias.

A “net” abriu espaço para uma nova “profissão”: comentarista de fatos. Mas isso não impede que os colunistas continuem cumprindo com o seu verdadeiro papel: facilitar a vida do leitor, esmiuçando determinados fatos, a fim de que eles possam ser entendidos. Luiz Beltrão acredita que “[...] nessa categoria de opinantes profissionais [...] cabe-lhes [...] exercitar seu espírito crítico, através da matéria jornalística opinativa que assina em torno do fato do dia na área sob sua responsabilidade” (1980, p.64).

Em função das revoluções sociais proporcionadas pelo marketing moderno, quem ganha com tudo isso é a própria imprensa. Para ela, o jornalismo com texto assinado é como as duas faces da moeda: a venda estrondosa, que empurra os jornais para a criação de verdadeiras seleções dos sonhos de grandes assinaturas e a perda gradativa do controle das informações já publicadas.

A própria imprensa [...] sente a necessidade de formar uma opinião para influenciar e [...] propagar novas ideias. [...] Trata-se, contudo, de um conjunto de expressões [...] que informam sobre fatos da atualidade [...] Fica evidente a natureza [...] que o jornalismo assume desde o seu nascimento como processo social. (MELO, 1988, p.p 12 – 13)

Então, da mesma forma que o gênero opinativo tem função importante dentro do veículo, as partes que o compõem também cumprem papel indispensável. Refere-se aqui ao conjunto de elementos da Língua Portuguesa, uma vez que as pessoas se expressam através das palavras. Quem escreve, tem o dever de passar corretamente a mensagem que propôs ao divulgar seu texto. Com o jornalista não é diferente.

Muitas vezes, a maioria dos erros gramaticais cometidos não podem ser considerados simplesmente como falhas. Não para o profissional da escrita, que passa grande parte do seu tempo escrevendo, lidando diretamente com a gramática. Nesses casos, os erros podem comprometer diretamente o texto e prejudicar o pleno entendimento da linguagem. Citam-se como principais características afetadas a clareza e a fluência, pois sem elas, a escrita fica confusa quanto ao conteúdo e torna a leitura incompreensível.

Hoje, sobram jornalistas profissionais, mas poucos são efetivamente brilhantes – sobretudo de prevalecer, entre os critérios utilizados nessa avaliação, o domínio da língua portuguesa. Embora sejam todos pagos para lidar com palavras, a multidão dos que escrevem espantosamente mal contrasta com o punhado de jornalistas que tratam o idioma com merecido carinho. (MANUAL DE REDAÇÃO ZERO HORA, 1994, p.8)

Para entender melhor a relação entre escrever bem e escrever correto, vale, antes de mais nada, resgatar a história da língua materna. O surgimento da Língua Portuguesa ocorreu por volta do século XVI e está ligado a abrangência dos “idiomas da Itália (nomeadamente o latim, língua que teve o maior papel histórico do mundo)” (BARSA, 1995, p.152). Por isso, as novidades linguísticas fazem parte da dinâmica da língua.

Naquela época, conforme a Enciclopédia Barsa, o latim era praticado pelo povo analfabeto, entre eles soldados, marinheiros, escravos, etc. Com tantas invasões, o latim, chamada de língua coloquial, expandiu-se e transformou-se nas línguas conhecidas hoje, já que permanecia viva entre os povos e estava sujeita a constantes alterações.

As línguas não somente envolvem por si mesmas, pois são sistemas sujeitos a desgastes, e têm de refazer-se eternamente, como sofrem ações recíprocas, às vezes substanciais. [...] No entanto, a cultura de um povo pode fazer influente a sua língua, ainda que, no tempo como no espaço, seja distante. (BARSA, 1995, p.p158-159)

Nesse contexto, sabe-se que todos os anos, novas ideias e novos conceitos linguísticos são introduzidos na vida das pessoas. Por isso, como profissional da escrita, o jornalista deve estar a par dessas inovações e acompanhar essa evolução de julgamentos. Dessa maneira, estar atualizado significa complementar seus conhecimentos, expandir sua cultura e, não menos importante, escrever um texto correto.

Não é de hoje que as pessoas têm dificuldade em redigir um texto, uma poesia ou até mesmo uma simples frase. É importante que o jornalista saiba o essencial da gramática, assim, desenvolve o seu entendimento na medida em que domina a língua que fala e escreve. Se ele redige bem, tem clareza de suas ideias e passa segurança nas suas afirmações, deve evitar que tirem o brilho de sua expressão através de uma escrita mal feita. O texto transmite a cultura de quem o escreve, por isso, é aceitável que se conheça e se respeite as regras gramaticais. Conforme o manual do jornal Zero Hora,

De modo geral, os jornalistas brasileiros deste fim de século lêem pouco (e lêem mal). Como quem não sabe ler jamais saberá escrever, jornais e revistas costumam despejar sobre os leitores textos toscos, insossos, opacos, às vezes desprovidos de raciocínio lógico. (1994, p.9)

Outro fator relevante é a pontuação. Se for feita de maneira incorreta, pode afetar a estrutura de ideias de linguagem e de conteúdo, principalmente se for uma conclusão. As falhas de pontuação dentro do texto induzem aos erros de lógica e, por esse motivo, são inadmissíveis para um jornalista. O profissional não deve deter-se única e exclusivamente aos erros de pontuação. Ele deve evitar os erros gramaticais como um todo.

Leila Lauar e Douglas Tufano afirmam que “os sinais de pontuação determinam a pausa, a entonação e o ritmo na leitura. A ausência ou o emprego inadequado desses recursos gráficos pode comprometer a clareza de um texto” (2004, p.298). Pode-se dizer, então, que a gramática é essencialmente um respeito ao leitor. É importante basear-se em um instrumento que ajude a preservar a norma linguística e, conseqüentemente, a comunicação com o leitor. Essa não é uma responsabilidade apenas dos gramáticos e estudiosos em geral. É uma tarefa designada por todos que utilizam a língua como objeto de expressão.

[...] Quem supostamente vive da palavra escrita não consegue poupá-la de socos e pontapés, deduz-se que o brasileiro médio também não trate o idioma com necessária clemência. [...] Na prática, são úteis a qualquer brasileiro disposto a comunicar-se por meio de textos redigidos com correção e elegância. (MANUAL DE REDAÇÃO ZERO HORA, 1994, p.9)

É necessário levar em conta que os erros gramaticais constantes acontecem em função de as pessoas pensarem que a gramática é uma porção de regras chatas que precisam

ser decoradas. Ou, quem sabe, por ficarem constrangidas pelo fato de serem corrigidas. Esses pensamentos, ou sentimentos, provocam certa aversão por escrever.

Para o jornalista, redigir não deve, de forma alguma, ser motivo de sofrimento. Ele trabalha com isso praticamente o tempo inteiro. É interessante a conscientização do profissional de que errar faz parte de qualquer atividade criativa. O que se pode fazer é trabalhar, prestar atenção no que se escreve e no que se lê e procurar tirar dúvidas antes do texto ser publicado. Com isso, as chances de rejeição por parte dos leitores e da própria redação seriam reduzidas.

Em contrapartida, o jornalismo não é mais visto, atualmente, como um espaço literário-cultural em que se apreciam acontecimentos sociais. É um gênero que abre espaço para a verdade. Isso se deve, de acordo com Ana Paula Ribeiro, à influência do jornalismo norte americano. Como consequência, tem-se a modificação do estilo da escrita. A autora escreve em seu artigo “Jornalismo, literatura e política: a modernização da imprensa carioca nos anos 1950”, que

As técnicas americanas impuseram ao jornalismo noticioso um conjunto de restrições formais que diziam respeito tanto à linguagem quanto à estruturação do texto. [...] A restrição do código lingüístico – com uso de reduzido número de palavras, expressões e regras gramaticais – aumentava. (2006, acesso em: 28/09/06)

Com isso, tem-se a necessidade de implementar um manual de redação. Um instrumento que seja de fácil manuseio, mas ao mesmo tempo, que englobe todas as mudanças proporcionadas pela nova comunicação. É importante que os próprios jornalistas reconheçam a necessidade do uso de um manual dentro da redação. Este instrumento proporciona vantagens como fonte de consulta e guia, contribui na relação com o próprio jornal e reafirma a identidade do jornalista como profissional. É necessário, então, pensar os manuais e suas normas como perspectiva discursiva e como construção histórica.

Nesse patamar, a profissão de repórter, por exemplo, está propensa a enfrentar vários tipos de desafios todos os dias. Acredita-se que a maioria desses enfrentamentos estejam relacionados à elaboração de textos. Redigir é uma tarefa que exige do profissional domínio quase que total das capacidades linguísticas. Também, é um processo intelectual

que começa com a organização de ideias sobre um determinado assunto e termina com essas ideias expressas na forma escrita.

Um bom texto jornalístico depende, antes de mais nada, de clareza de raciocínio e de domínio do idioma. Não há criatividade que possa substituir esses dois requisitos. Deve ser um texto claro e direto. Deve desenvolver-se por meio de encadeamentos lógicos. Deve ser exato e conciso. (MANUAL DA FOLHA DE SÃO PAULO, 1996, p.47).

Outro fator importante é a leitura sobre o assunto que se pretende escrever. É imprescindível que o jornalista tenha conhecimento prévio de todo o material coletado para conseguir escrever com compreensão e veracidade. Por isso, para se escrever um bom texto é preciso, além de redigir de forma correta, ter as ideias que se pretende colocar no papel de forma clara, caso contrário, o profissional ficará o dia inteiro em frente ao computador olhando para uma tela em branco. Sobre isso, o manual da Folha de São Paulo afirma:

Quem busca profissionalmente a notícia deve valer-se de uma série de procedimentos que tornam sua apuração mais confiável e seu relato mais exato. Deve estudar o assunto que vai cobrir, observar cada detalhe com atenção e distanciamento. (1996, p.27)

Nesse sentido, o jornalista deve buscar sempre a qualidade, a correção, a objetividade e a clareza em tudo o que produz. Isso permite ao leitor uma interpretação rápida e precisa do que o repórter quis dizer com o que escreveu. “Dominar a língua portuguesa e cumprir rigorosamente os padrões gráficos, de redação e edição são pré-requisitos exigidos de todos os profissionais” (MANUAL DE REDAÇÃO ZERO HORA, 1994, p.23). Sendo assim, a abertura de um texto é mais importante do que a escrita em si. A primeira frase se for bem feita, indica que o texto também seguirá o mesmo padrão. De acordo com manual do Zero Hora, é importante que o jornalista “tenha em mente que a informação aparentemente mais importante nem sempre é a mais interessante” (1994, p.63).

Outra maneira de ser original é escrever de forma criativa, com palavras conhecidas e de fácil entendimento. Evitar palavras difíceis que confundam o leitor, é um ótimo recurso para aumentar o prestígio de um texto. O manual do Zero Hora aconselha a evitar o uso exagerado dos adjetivos e afirma que “nenhum texto adjetivado supera o que resulta da boa informação, da boa apuração e da boa redação” (1994, p.64).

O manual da Folha de São Paulo também recomenda evitar “usar em textos noticiosos adjetivos que impliquem juízo de valores e são, portanto, duvidosos. [...] Utilize o que torna mais preciso o sentido do substantivo” (1996, p.50). Ou, redigir o texto “em nível intermediário, ou seja, utilizar-se das formas mais simples admitidas pela norma culta da língua”. (1996, p.47).

A simplicidade do texto não implica necessariamente repetição de formas e frases desgastadas, uso exagerado de voz passiva [...] pobreza vocabular, etc. Com palavras conhecidas de todos, é possível escrever de maneira original e criativa e produzir frases elegantes, variadas, fluentes e bem alinhavadas. (MANUAOL DE REDAÇÃO O ESTADO DE SÃO PAULO, 1997, p.15)

Leitores não gostam de textos pobres. Às vezes, eles ficam com a impressão de já terem lido a matéria em algum lugar. Isso acontece em função do uso exagerado de clichês, modismo ou lugares comum. O manual do Zero Hora afirma que “clichês empobrecem o texto e devem ser eliminados” (1994, p.64).

Da mesma forma, o manual de O Estado de São Paulo diz que o jornalista “sempre pode encontrar uma forma elegante e criativa de dizer a mesma coisa sem incorrer nas fórmulas desgastadas pelo uso excessivo” (1997, p.16). Mas deve-se ter cuidado, pois, segundo o manual da Folha de São Paulo, às vezes, as expressões “podem dar cor ou ironia a um texto mais leve, como “sides”, “features” e colunas assinadas” (1996, p.59).

De que adianta, então, um texto que não pode ser compreendido? O manual de O Estado de São Paulo lembra que o jornalista “escreve para **todos os tipos** de leitor e **todos**, sem exceção, têm o direito de entender qualquer texto, seja ele político, econômico, internacional ou urbanístico” (1997, p.15). Para o texto do jornalista não cair na incompreensão, o manual de O Estado de São Paulo aconselha que o profissional

Seja claro, preciso, direto, objetivo e conciso. Use frases curtas e evite intercalações excessivas ou ordens inversas desnecessárias. Não é justo exigir que o leitor faça complicados exercícios mentais para compreender o texto. [...] Dispense os detalhes irrelevantes e vá diretamente ao que interessa, sem rodeios. (1997, p.15)

Ainda: parágrafos muito extensos dificultam a leitura. De acordo com o manual da Folha de São Paulo, deve-se “evitar parágrafos muito longos, com mais de cinco linhas de terminal de computador” (1996, p.99). Para não extrapolar, segundo o manual do Zero

Hora, pode-se seguir um sistema: conceber “cada parágrafo como se fosse o último da matéria, de modo que o resto do texto possa ser cortado sem prejuízo da compreensão” (1994, p.70). Ou então, conforme o manual da Folha de São Paulo, colocar em cada parágrafo “apenas uma ideia ou raciocínio completo” (1996, p.99).

Assim como os parágrafos, os textos também não podem ser muito extensos. Um texto grande não é, necessariamente, sinônimo de um texto profundo e bem escrito. Segundo o manual do Zero Hora, “o melhor texto é aquele que não contém frases dispensáveis para a compreensão da informação. Textos extensos e de concepção frágil se transformam em obstáculos para o tempo e paciência para o leitor” (1994, p.71).

Portanto, se o jornalista quer convidar o leitor à sua matéria, deve impressioná-lo de cara. Fazer um título que chame atenção e que o faça ficar curioso e tenha que ler o texto até o final é uma boa dica. Conforme o manual do Zero Hora, “os títulos são o cartão de visita de uma notícia ou reportagem. Elabore-os com cuidado extremado para que sejam a expressão fiel do texto” (1994, p.71). A respeito desse assunto, o manual de O Estado de São Paulo afirma:

O título deve, em poucas palavras, anunciar a informação principal do texto ou descrever com precisão um fato. [...] Procure sempre usar verbos nos títulos: eles ganham em impacto e expressividade. [...] Para dar maior força ao título, recorra normalmente ao presente do indicativo, e não ao pretérito. (1997, p.282)

Por outro lado, o jornalista não pode esquecer que, ultimamente, é o capitalismo quem dita as regras da economia. Tudo passa a ter valor mercadológico, inclusive a notícia. No entanto, mesmo sendo considerada como mercadoria, é preciso tratá-la dentro dos princípios éticos profissionais. Afinal de contas, é isso que o leitor busca: um texto de boa qualidade informativa que satisfaça as suas necessidades de consumo.

O jornal tem leitores de todas as tendências, raças, credos e religiões. Por isso, procure sempre ser isento no noticiário, especialmente naquele que envolva questões delicadas, e evite utilizar frases, alusões ou conceitos que possam melindrar as pessoas. [...] Esse equilíbrio de linguagem é fundamental para que o jornal continue a gozar do conceito de órgão respeitável e respeitoso para com seus assinantes e compradores habituais. (MANUAL DE REDAÇÃO O ESTADO DE SÃO PAULO, 1997, p.118)

De forma direta, o manual do jornal Zero Hora enfatiza que os jornalistas são profissionais “comprometidos com os valores assimilados por sociedades civilizadas e

decididos a informar com isenção, responsabilidade e independência” (1994, p.13). Vale ressaltar que, quando se fala em isenção, os manuais de redação referem-se a não manipulação das informações, e em nenhum momento, pregam pela subjetividade e pela “opinião” retratada no texto de Boff (2005, p.7).

Conforme o manual da Folha de São Paulo, é o jornalista quem “deve assumir compromisso com a isenção na cobertura dos fatos, a liberdade de expressão, o direito de informar e o acesso do leitor a toda informação ou opinião importante” (1996, p.17). Quanto às versões do fato, o profissional deve conhecê-las e registrá-las com fidelidade, afinal de contas, “ele tem responsabilidade moral pelas informações que coleta e transmite, as quais devem ser sempre exatas e comprovadas” (MANUAL DE REDAÇÃO DA FOLHA DE SÃO PAULO, 1996, p.17).

Nesse sentido, é automático que, depois de escrito um texto, o jornalista faça a revisão do mesmo e cheque suas informações. Feito isso, e mesmo assim alguns dados saíram errados, deve-se corrigi-los sem rodeios. O manual da Folha de São Paulo aconselha que a “retificação deve ser publicada assim que a falha for constatada. [...] Ao redigi-lo, procure acrescentar novas informações e não apenas corrigir as que foram publicadas com erro” (1996, p.72). Segundo o manual do Zero Hora, “o texto deve começar pela informação correta e explicar ao leitor [...] qual foi o equívoco” (1994, p.15). Para o manual de O Estado de São Paulo, o erro de informação

É um dos erros mais graves que o jornal pode divulgar. Por isso, confira sempre cuidadosamente as informações que recolher; recorra a mais de uma fonte, quando necessário; verifique, enfim, todos os dados em que possa haver qualquer engano que comprometa a seriedade da notícia. (1997, p.112)

De fato, escrever não é a coisa mais fácil do mundo. Mas quando o jornalista redige um texto, ele tem que ser considerado um sábio das palavras. Para ele, escrever de forma correta é algo indispensável. Caso haja dificuldades na hora de registrar as ideias no papel, o profissional deve jogar fora as regrinhas complicadas e guardar apenas o essencial. Nesse sentido, aplica-se ao jornalista que a comunicação escrita torna-se o reflexo das leituras, valores, conceitos e intimidades que ele possui com a língua.

Tudo o que foi exposto até agora serviu de embasamento teórico para o objetivo desse trabalho: analisar se as colunas do jornal Folha de Soledade seguem às normas

propostas pela Língua Portuguesa e pelos teóricos citados ao longo do texto. Para isso, será verificado se as colunas são consideradas colunas, se são aceitas como gênero opinativo e se o texto cumpre com os pressupostos do jornalismo.

O jornal Folha de Soledade.

Fundada em 30 de outubro de 1984, o jornal é composto por 16 páginas divididas em editorias de economia, cultura, esporte, política, notícias nacionais, locais e regionais. As regionais abrangem os municípios de Tio Hugo, Mormaço, Ibirapuitã, São José do Herval e Barros Cassal. Atualmente, a Folha dispõe de cinco pessoas que fazem com que o semanário seja veiculado. Quanto à publicidade, está presente em todas as páginas, com média de cinco anúncios publicitários por página.

Os colunistas e suas colunas.

“Bate Bola”, escrita por Moacir Quevedo. Veiculada todas as semanas no jornal Folha de Soledade. Totalmente direcionada ao esporte, mais especificamente ao futebol. O autor não é formado em jornalismo, mas, independente de possuir ou não diploma, escreve para informar e, também, para formar a opinião do público leitor. Para um texto ser publicado, a padronização da escrita deve ser seguida à risca. Apesar de ser um jornal interiorano, não justifica que a qualidade dos textos seja ruim. O que deve ser levado em conta, além da responsabilidade profissional, é a credibilidade do veículo.

“FS Comunidade”, assinada por Paulo Henrique Pinheiro. Semanalmente publicada, a coluna leva aos leitores temas variados, que vão desde previsão do tempo, cultura, esportes, até notas de obituários e agradecimentos. Ainda, o autor escreve sobre assuntos que envolvam as cinco cidades que têm a abrangência do jornal. Além disso, ele sugere tendências, propõe padrões de julgamento e apresenta assuntos de menor importância na sociedade. Como forma de interação, a coluna permite que um grupo de pessoas discuta os assuntos por ela abordados. Nesse sentido, significa que Paulo Henrique, mesmo não sendo formado em jornalismo, escreve pensando nos leitores.

A conclusão

Entende-se que qualquer veículo de comunicação necessita ter o seu trabalho bem apresentável. Os textos devem ser bem escritos. Erros bizarros e infantis não podem acontecer. O profissional deve ter em mente que a qualidade da escrita é, acima de tudo, o único modo que o leitor tem para compreender o que o jornalista quis informar. E se tal informação for redigida de maneira inintendível ou com muitos erros, compromete, não só a capacidade de quem a escreveu, mas também a imagem do jornal.

Do ponto de vista estrutural, as colunas Bate Bola e FS Comunidade, publicadas no jornal Folha de Soledade, se encaixam perfeitamente nas normas apontadas por Marques de Melo como “um complexo de mini-informações. Fatos relatados com muita brevidade” (2003, p.142). Ambas são comentários rápidos relacionados às situações do dia-a-dia. Trata-se, portanto, “de uma colcha de retalhos, com unidades informativas e opinativas que se articulam. São pílulas, flashes, dicas” (MELO, 2003, p.142).

Já na parte gramatical, notou-se pouco entendimento por parte dos colunistas. De uma maneira geral, as principais falhas foram quanto à pontuação, mais especificamente pontos e vírgulas. Também, mas de forma menos constante, Paulo Pinheiro e Moacir Quevedo equivocaram-se na colocação pronominal, no uso exagerado de adjetivos e no uso indevido da ordem direta, ou seja, substantivo, verbo e complemento.

Sabe-se que “escrever é atividade complexa, resultado de boa alfabetização, hábito de leitura [...] e muita prática” (SQUARISI, SALVADOR, 2004, p.10). Portanto, escrever certo não significa, de forma alguma, escrever bem. Escrever certo é atender a tradição fixada historicamente na comunidade. É redigir com coerência de pensamento e adequação à organização do texto e das ideias. Paulo Henrique e Moacir demonstraram força de vontade ao cumprir com o papel de informar os leitores. Mas infelizmente pecaram na hora de por o trabalho em prática.

Acredita-se que faltou disposição e coragem para enfrentar o dicionário, a gramática e os manuais de redação. Nesse sentido, é indispensável que o profissional da escrita domine o português. Se ele não tiver uma base suficiente para escrever de forma correta, deve trocar de profissão. O jornalista lida diretamente com a transformação dos fatos em notícia. Para que esse procedimento seja realizado com sucesso, é preciso escrever bem. Caso contrário, ele perde a credibilidade e o veículo perde a confiabilidade dos leitores.

Entretanto, uma coisa deve ficar bem clara: cometer erros ou escrever de forma confusa não significa que as informações contidas nas matérias sejam incorretas. O que deve ser levado em conta é a linguagem. Ela precisa ser adaptada ao meio no qual o jornalista está inserido. É cabível, ainda, salientar que cada vez mais, os profissionais preocupam-se com os leitores, pensando neles quando escrevem. O tempo em que se escreve uma notícia e qual a fonte escolhida não importarão mais. O que os leitores procuram e continuarão procurando são textos de boa qualidade, que informem com clareza e concisão, tudo o que eles desejam saber. O que interessa é não fugir à regra principal do jornalismo: informar.

REFERÊNCIAS

BELTRÃO, Luiz. *Jornalismo Interpretativo: Filosofia e Técnica*. Porto Alegre. Sulina Editora. 1976.

_____. *Jornalismo opinativo*. Porto Alegre: Sulina, 1980.

BOFF, Michele. *A subjetividade do jornalismo brasileiro*. Porto Alegre, 2005.

ENCICLOPÉDIA Barsa. 14. ed. Rio de Janeiro: Encyclopaedia Britannica, 1995. v.10.

ERBOLATO, Mário L. 5. ed. *Técnicas de codificação em jornalismo: redação, captação e edição no jornal diário*. São Paulo: Ática, 1991.

FILHO, Adelmo Genro. *O segredo da pirâmide – para uma teoria marxista do jornalismo*. Porto Alegre: Tchê, 1987.

FILHO, Ciro Marcondes. *Jornalismo fin-de-siècle*. São Paulo: Scritta, 1993.

FOLHA DE SÃO PAULO. *Novo manual da redação*. 6.ed. São Paulo: Folha de São Paulo, 1996.

HENN, Ronaldo. *Semiose da notícia: Emergência da Pauta*. In. *Pauta e notícia*. Canoas: Ulbra, 1996.

KANT, Immanuel. *Crítica da Razão Pura: Coleção Os Pensadores*. São Paulo: Abril, 1983.

LAGE, Nilson. *Manuais e normas de redação*. Disponível em: <<http://www.jornalismo.ufsc.br/bancodedados/md-redacao46.html>>. Acesso em: 9 set. 2006.

LUSTOSA, Elcias. *O texto da notícia*. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 1996.

MANUAL de ética redacional e estilo. Zero Hora (Org.) 2. ed. Porto Alegre: L&PM, 1994.

MANUAL de Redação e Estilo de O Estado de São Paulo. Eduardo Martins (Org.) 3. ed. rev. e ampl. São Paulo: Moderna, 1997.

MELO, José Marques de. *A opinião no jornalismo brasileiro*. Petrópolis: Vozes, 1985.

_____. *Jornalismo opinativo: gêneros opinativos no jornalismo brasileiro*. 3. ed. rev. e ampl. São Paulo: Mantiqueira, 2003.

NEMO, João. *Imprensa e eleições: aqui e ali*. Disponível em: <<http://www.midiasemmascara.org/artigo.php?sid=2793>>. Acesso em: 16 ago. 2006.

OLIVEIRA, Alaíde Lisboa de. O livro didático. 3. ed. rev. e aum. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1986.

OLIVEIRA, João Batista Araújo e; GUIMARÃES, Sonia Dantas Pinto; BOMÉNY, Helena Maria Bousquet. A política do livro didático. São Paulo: Summus, 1984.

PERUZZOLO, Adair Caetano. Comunicação e cultura. Porto Alegre: Sulina, 1972.

RIBEIRO, Ana Paula Goulart. Jornalismo, literatura e política: a modernização da imprensa carioca nos anos 1950. Disponível em:

<<http://www.cpdoc.fgv.br/revista/arq/345.pdf#search=%22manuais%20de%20reda%C3%A7%C3%A3o%20%2B%20surgimento%22>>. Acesso em: 28 set. 2006.

ROALY, Danielson. Se Deus não existe, jornalismo imparcial também não. Disponível em: <<http://www.canaldaimprensa.com.br/canalant/debate/trint1/debate3.htm>>. Acesso em: 16 ago. 2006.

SARMENTO, Leila Lauer; TUFANO Douglas. Português: literatura, gramática, produção de texto. São Paulo: Moderna, 2004.

SQUARISI, Dad; SALVADOR, Arlete. A arte de escrever bem: um guia para jornalistas e profissionais do texto. São Paulo: Contexto. 2004.

INFORMAÇÃO E EDUCAÇÃO ATRAVÉS DA RÁDIO SEAMA

Amelline Huri Borges de Queiroz⁷

⁷Formada em Jornalismo pela Faculdade Seama, acadêmica do curso de pós-graduação em comunicação e marketing publico e empresarial da Seama.

Daniela Felix Pereira⁸

Aline Lima Carneiro⁹

RESUMO

A idéia proposta nesse artigo é fruto da nossa vivência como acadêmicas do curso de Comunicação Social - Jornalismo. Preocupadas sempre com a interface entre a aprendizagem teórica e a aplicação prática nas disciplinas de Comunicação, priorizando o radiojornalismo, propomos a implantação de uma rádio interna na Faculdade Seama. O rádio tem como objetivo primordial a propagação da informação através das ondas hertzianas e entre os meios de comunicação de massa é considerado o mais popular por apresentar um alcance amplo. Pensamos nessa ferramenta como vetor de ensino-aprendizagem interno, desse modo, a prática radiojornalística, irá conduzir e contribuir para amparar ações voltadas à qualificação profissional. Portanto, a relevância da produção experimental de uma Rádio é despertar novos olhares dentro da academia.

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação Interna; Educação; Rádiojornalismo; Rádio e Educação.

INTRODUÇÃO

O rádio tem a capacidade de atingir o público em geral e especialmente os não alfabetizados. Brecht (1932), em sua Teoria do Rádio, de 1932, apontou a grande potencialidade do rádio quanto à sua função social. Este desempenha funções como divertimento, informação e prestação de serviços situando o ouvinte nas questões da comunidade e do mundo, rompendo e transpondo fronteiras. Este veículo também é educador, quando traz em sua programação o conhecimento que contribui com a formação da cidadania, como comenta Blois (1996): "Bem, o brasileiro acorda... e liga o RÁDIO! Daí em diante, ele não é mais o mesmo".

⁸Formada em Jornalismo pela Faculdade Seama.

⁹Concluinte do curso de Jornalismo da Faculdade Seama e apresentadora do programa jovem Balada Fashion.

Vastas são as experiências que analisam o veículo rádio como vetor imprescindível nas questões educacionais e de difusão de notícias. A proposta deste trabalho é implantar uma rádio interna na Faculdade Seama. Esta idéia surgiu de dificuldades encontradas na própria instituição: a falta de oportunizar o acadêmico a prática mais efetiva com o meio, aproximando-os da realidade de mercado e também a deficiência da comunicação interna na abrangência das informações.

Desse modo, a prática radiojornalística, irá conduzir e contribuir para amparar ações voltadas à qualificação da formação e à experimentação que permitirá uma comunicação interna vibrante e interativa.

Este estudo estará dividido em quatro momentos, no primeiro capítulo, será enfatizada a importância do rádio dentro do ambiente acadêmico, como espaço de análise, inclusão e experimentação, haja vista que este é um instrumento imprescindível dentro da prática jornalística,

No segundo, estaremos explanando sobre o tipo de metodologia utilizada na pesquisa. No terceiro, analisar-se-á o projeto em si, mostrando o produto. Por fim, estaremos dando nossas contribuições finais ao projeto aqui descrito.

Para a execução dessa proposta foram feitas entrevistas (enquête) com acadêmicos que na sua maioria relataram que a implantação da rádio interna traria benefícios à comunicação deixando-a mais dinâmica, interativa, melhorando o relacionamento entre ambos e também o progresso na prática do radiojornalismo.

A pesquisa assumiu o compromisso em responder as problemáticas: A comunicação interna na Faculdade Seama é falha? É necessário oportunizar aos acadêmicos de comunicação uma prática mais efetiva do radiojornalismo? E através destes questionamentos buscamos minimizar tais lacunas.

O RÁDIO E A EDUCAÇÃO COMO ESPAÇO DE INCLUSÃO E CIDADANIA

No século XXI, a educação está muito além de apenas transmitir informações e conhecimentos de disciplinas básicas. Agora, a educação tem por desafio formar cidadãos que saibam transformar informação em conhecimento, através de múltiplas linguagens, que saibam utilizar esses conhecimentos em seu próprio benefício e de sua comunidade. A escola, ao longo dos anos, se distanciou da realidade de seus alunos, entretanto, esta distância vem sendo diminuída e é neste sentido que o uso da rádio contribui, ou seja, preenche a lacuna formada entre a sociedade e a escola, através de experiências que desenvolvem competências e habilidades, como a verbalização de idéias, capacidade de raciocínio e síntese, dando condições às comunidades escolares de realizarem projetos de vida que visem melhorar o convívio social.

A comunicação é considerada um processo de interação humana, é um dos fundamentos da educação. Por esta razão, a escola precisa urgentemente repensar o seu papel educativo frente às tecnologias da comunicação. (CASTRO, 2002)

O rádio como instrumento educativo é muito importante, pois promove a integração da comunidade, desenvolve a capacidade de escrita e a oralidade, e oferece a possibilidade do sujeito de expressar-se e assumir-se como ser social. Atualmente é uma tecnologia barata, eficiente e bastante onipresente. São várias as experiências que apontam o rádio como um importante veículo de educação.

“O rádio é a escola dos que não têm escola. É o jornal de quem não sabe ler; é o mestre de quem não pode ir à escola; é o divertimento gratuito do pobre, é o animador de novas esperanças, o consolador dos enfermos e o guia dos sãos desde que o realizem com espírito altruísta e elevado.” (CASTRO, 2002, p. 10)

O PROCESSO EDUCACIONAL NO AMBIENTE RADIOFÔNICO

Em Macapá, temos como exemplo a Rádio Educativa e Cultural Anchieta que foi implantada na Escola Estadual Padre José de Anchieta em 12 de maio de 1999. A rádio Anchieta foi a primeira rádio interna a ser implantada em uma escola pública no estado, e de acordo com relatos de alunos, professores e funcionários, vem contribuindo de forma

ativa no desenvolvimento das habilidades e melhoria do processo educativo, tornando os educandos mais críticos, atores do próprio saber.

Criada a partir de uma idéia de dois educadores da instituição, a rádio hoje é considerada um instrumento de entretenimento e integração, o projeto nasceu com a intenção de contribuir com a melhoria e o aperfeiçoamento das habilidades escolares, e em sua programação oferece aos alunos informações relacionadas a instituição, entretenimento, curiosidades e temas bastante diversificados, como: saúde, educação, lazer, esporte entre outros.

Ou seja, não podemos subestimar o potencial do rádio como instrumento de educação. Pois, suas características práticas e acessíveis se tornam fundamentais na interação entre a educação e a comunicação, fazendo-nos refletir sobre como ocorrem às inter-relações entre esses dois campos do conhecimento que fazem parte do cotidiano social. Dentro do ambiente radiofônico podemos trabalhar os processos educomunicativos, fomentando a consciência crítica, fortalecendo assim, os movimentos populares na busca por mudanças socioeconômicas.

O processo comunicativo, o estar em contato com o outro, o diálogo e o desenvolvimento do espírito criativo, é o que concede ao ser a condição do existir. A construção da cidadania começa pelo respeito à diversidade de opiniões, saber decidir coletivamente, saber ouvir é considerada uma condição de participação. Nas rádios, e principalmente nas universitárias, a pauta é construída no coletivo e, no exercício de sua construção, a ação dialógica torna-se um elemento de grande importância, como afirma Freire (1995, p. 81): “A relação dialógica é o selo do processo gnosiológico¹⁰”.

A INSERÇÃO DOS ALUNOS NA ACADEMIA X A PRÁTICA: A SOCIALIZAÇÃO DE IDÉIAS E EXPERIÊNCIAS

Dentro da formação de um jornalista é imprescindível que este conheça os processos e as teorias da comunicação, a história da comunicação, a semiótica, a epistemologia¹¹, e com essas ciências obter bases sólidas e critérios seguros para a aprendizagem, buscando alcançar de forma cívica todos os elementos da sociedade.

A melhor maneira de formar jornalistas é fazê-los por em prática todos os ensinamentos adquiridos dentro da academia. Ou seja, nada melhor do que utilizar as potencialidades oferecidas pela instituição para por em prática a teoria aprendida.

Para que o futuro jornalista seja capaz de pensar de forma mais holística, é necessário prepará-los já na faculdade com esta visão. É preciso encorajá-los nas divergências do dia-a-dia, na sala de aula e fora dela. E para isto é imprescindível o ensino das disciplinas pressupondo os dois eixos de trabalho: teórico e prático.

Dentro deste contexto, percebe-se que a simplicidade do rádio seria algo mais próximo da realidade, com uma programação flexível. Comparado aos outros meios de comunicação, o custo e as despesas de uma rádio costuma ser menor, facilitando assim a união entre a teoria e a prática.

Este projeto não tem como objetivo apenas oportunizar aos alunos a prática mais efetiva do jornalismo, mas também ser um veículo alternativo e criativo, que possibilite aos alunos experimentarem uma linguagem nova no radiojornalismo. Acredita-se que dessa forma, os alunos terão uma experiência acadêmica mais rica, a ponto de torná-los profissionais e sujeitos mais críticos, um dos elementos fundamentais ao jornalista.

REINVENTE, TENTE FAÇA ALGO DIFERENTE

As universidades que têm o curso de Jornalismo devem se preocupar com a questão de que, ou se continuar a reproduzir o jornalismo clássico, o jornalismo engessado por um paradigma comunicacional centrífugo, de um centro pequeno para uma larga periferia; ou se estimula um ensino voltado, sobretudo, para a experimentação e exploração das novas tecnologias, novas experiências, caracterizadas por um paradigma recíproco e de interatividade. Entretanto, não se pode conduzir a academia a posições radicais, nem manter tudo sempre na mesma, porque a produção radiofônica poderia ser vista neste momento como uma iniciativa revolucionária na maneira de informar dentro do ambiente acadêmico.

O mundo globalizado não dá outra alternativa a não ser a reinvenção. O radiojornalismo precisa ser reinventado como tantas e tantas outras atividades humanas são modificadas todos os dias. É preciso sair do congelamento assumindo no passado e repetido no presente. A reinvenção vale tanto para a forma de se fazer radiojornalismo, conhecida como para o business rádio. (BARBEIRO, 2004, p. 139).

Portanto, para fazer o novo jornalismo é preciso conhecer e dominar princípios, regras e práticas do velho jornalismo e reinventa-lo, pois, as possibilidades de crescimento abertas através desta produção serão um alicerce para aguçar o gosto pela experimentação no repositório de um sólido saber já constituído.

O PROJETO EXPERIMENTAL: RÁDIO SEAMA

A idéia para o projeto experimental Rádio Seama surgiu após a VI Mostra Cultural da Faculdade Seama, na qual a turma 6 JRN-1, através da disciplina Rádio Jornalismo II, ministrada pela professora Márcia Aquino, foi incumbida de realizar como atividade para encerramento do semestre a implantação de uma rádio que divulgasse a cultura da região Sul, já que esse era o tema da mostra.

A “Rádio Pampa” propiciou aos acadêmicos identificassem as diferenças entre o mercado e os trabalhos acadêmicos, permitindo que esse meio de comunicação fosse valorizado por sua complexidade, despertando o interesse em cunhar um projeto semelhante, porém nas dependências da instituição, visto que a mesma possui laboratório destinado à prática de radiojornalismo.

Agregando informações adquiridas na mostra cultural, através de pesquisas realizadas e ainda por razão da paixão que foi despertada nas integrantes desse trabalho nasce o projeto “Informação e educação através da Rádio Seama”, tendo como foco informar e entreter a comunidade acadêmica da Faculdade Seama por meio do programa designado “MIX MUSIC”.

O levantamento bibliográfico foi o processo fundamental de todo e qualquer esforço de pesquisa para implantação da rádio interna. Para este trabalho tal procedimento envolveu o resgate de bibliografias e materiais de livros como: SEPAC – Serviço à Pastoral da Comunicação, **Produção de Rádio. Um Guia Abrangente de Produção Radiofônica**, entre outras fontes referidas neste trabalho de conclusão, que possibilitou a demonstração do dinamismo da informação com a possível implantação da Rádio Seama.

PROGRAMA MIX MUSIC

O tema “Informação e educação através da rádio Seama” faz alusão primordial a necessidade de alcance das informações veiculadas na Faculdade Seama e o desenvolvimento prático dos acadêmicos de comunicação social (Jornalismo). Optamos por

desenvolver o tema através do veículo rádio, tendo como produto o programa “MIX MUSIC”.

A priori, idealizamos uma possível demonstração de como funcionaria a estrutura de uma rádio nas dependências da faculdade, atingindo todos os seus andares e blocos com programas gravados e exibidos três vezes ao dia no período noturno (entrada, intervalo e saída) indo ao ar de segunda a sexta-feira.

A distribuição das caixas de som ficaria próximo aos elevadores e escadas por questão de estratégia para que as veiculações das informações não interferissem as aulas.

LIMITAÇÕES

Porém, esbarramos nas questões de custo, tempo e burocracia institucional, o custo de todo o material necessário superou as nossas expectativas, gerando limitações. A partir desse momento o projeto teve de ser repensado. E em conversas informais com os técnicos dos laboratórios de TV, Regi Cavaleiro, e rádio, Rodrigo Balieiro, surgiu à idéia de contemplarmos apenas o hall de entrada para a demonstração (degustação) do projeto experimental.

O custo influenciou ainda no quesito tempo, pois tivemos de interromper o andamento do projeto fazendo com que os prazos para demonstração prática diminuíssem.

A burocracia institucional para liberação de equipamentos e espaço também foi um impasse, interferindo no processo, nos deixando, cada dia, mais nervosas e pressionadas,

além de prejudicar na quantidade de programas a serem exibidos nesse projeto (no que diz respeito a tempo).

No dia 8 de outubro, gravamos o programa piloto, já com a idéia reformulada de ir ao ar somente no intervalo, porém, ainda com a programação gravada. Outrora questionadas por nossa orientadora Roberta Scheibe sobre produzirmos programas ao vivo, em favor das características primordiais do veículo rádio, a interação, a interatividade e a instantaneidade, concordamos em executar a programação toda em tempo real.

APRESENTAÇÃO DO PROGRAMA

O programa foi apresentado pelas acadêmicas; Aline Lima, Amelline Borges e Daniela Felix, contendo dois blocos mesclando músicas, informações e recados, indo ao ar pela primeira vez no intervalo das aulas do dia 22 de outubro, ao vivo diretamente do térreo da faculdade Seama, abrangendo a lanchonete na qual foram disponibilizadas duas caixas de som.

O roteiro utilizado nesse programa foi o mesmo do piloto, que foi gravado em estúdio, porém, ainda não dispúnhamos de equipamentos para o armazenamento dos programas ao vivo, sendo que nem a faculdade contém esse recurso.

Sendo assim, foram apresentados 10 programas, onde apenas 07 puderam ser registrados e a programação ao vivo só pôde ser gravada a partir do 4º programa, pois, houve a necessidade de contratar serviços terceirizados para a sua realização.

A ESCOLHA DO NOME

O nome Mix Music sugere uma mistura de música, informação e entretenimento, garantindo a descontração da transmissão, já que a programação é ao vivo e permite a interatividade entre a rádio e o público e também a interação entre os vários cursos.

A produção do Programa Mix Music vislumbrou desenvolver o processo prático de informação através do rádio dentro da instituição, objetivando ampliar a comunicação em suas dependências, servindo para a divulgação de atividades externas e internas.

O programa possuía um espaço intitulado “Recadinhos Seama” reservado aos acadêmicos e colaboradores onde foram noticiadas atividades exteriores aos da instituição, como a divulgação de eventos: curso de arbitragem de Jiu Jitsu, festival Quebramar de música independente entre outros. E também o oferecimento de ‘alôs’, músicas, mensagens apaixonadas, recados em geral.

As informações institucionais eram veiculadas após a vinheta “Curiosidades Seama” cujo objetivo era tornar público todos os fatos pertinentes aos cursos, como: o II Congresso de Comunicação, a I Jornada de Biomedicina, o Projeto Rondon e outros.

PRODUÇÃO DE VINHETAS

Segundo SEPAC – Serviço à Pastoral da Comunicação vinheta é uma mensagem transmitida no intervalo de programas, composta de um pequeno texto, música e efeitos sonoros.

A produção das vinhetas foi o ponto de partida para concretização do programa “Mix Music”, as mesmas possuem estilo padrão, sendo executas de maneira alternada durante a programação.

A priori as vinhetas foram gravadas na voz da acadêmica Daniela Felix, utilizando o laboratório da faculdade Seama que também serviu de base para a edição das mesmas. No decorrer dos programas demais vinhetas foram surgindo com o aproveitamento de falas das outras locutoras, Aline Lima e Amelline Borges.

A vinheta de abertura da programação denominada “Radio Seama, não adianta nem procurar, essa você só ouvi aqui” retrata o objetivo primordial desse projeto, ou seja, uma programação, exclusiva, voltada à instituição.

“Mix Music tudo o que rola nas melhores pistas” e “Você está ouvindo Mix Music é pra dançar” foram vinhetas criadas para anunciar a entrada de músicas. Essas por sua vez foram sugeridas pelo público através de enquetes. Para anunciar a chamada das

informações da academia foi elaborada a vinheta “Curiosidades Seama”, era nesse momento que os acadêmicos redobravam sua atenção à programação.

A vinheta “Recadinhos Seama” foi pensada para oportunizar aos acadêmicos e colaboradores na divulgação de mensagens, como forma de interação entre os mesmos.

O encerramento do programa era anunciado por meio da vinheta “Você ouviu Mix Music, apresentado por Aline Lima, Amelline Borges e Daniela Felix”.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao longo desse projeto, através de fatos e teorias mencionados, buscamos mostrar possíveis melhorias que seriam alcançadas com a implantação da rádio interna de caráter universitário dentro da Faculdade Seama.

O interesse em pesquisar o tema, foi para averiguar como as informações são disseminadas e absorvidas na sua abrangência dentro da instituição, além da preocupação em relação à questão práxis executada em sua plenitude.

Mcleish (2001, p. 67) afirma que são quatro as maneiras de aprender:

Observando os outros, estudando a teoria, testando as coisas e pela experiência prática em toda a sua plenitude. De fato, as atividades estão vinculadas. O processo de observação nos leva a tirar conclusões sobre o que parece ou não funcionar. Podemos então testar teorias antes de aplicá-la na prática. Monitoramos a nós mesmos enquanto o fazemos e o ciclo é reiniciado.

Através do projeto e criação do produto “Mix Music”, pudemos perceber a inquietação do público acadêmico neste sentido, e chegamos à conclusão de que a inserção de uma rádio dentro da instituição poderia oferecer uma série de benefícios como: dar suporte a prática do radiojornalismo, entretenimento e informações institucionais ou não, daí a relevância do presente

estudo.

Certamente, os benefícios seriam únicos e transformadores, tornando-se assim, indispensáveis no processo de aprendizagem de técnicas e consolidação dos diversos conhecimentos.

Nosso objetivo principal foi expor a prática mais efetiva do jornalismo, buscamos através do fazer prático e teórico a integração da comunidade acadêmica através da informação radiofônica. Com o projeto, permiti-se a utilização do espaço da rádio interna como ferramenta de estudo e aprendizagem, proporcionando a interação das áreas do conhecimento. Desta forma, expande-se a comunicação nas dependências da instituição, possibilita-se suporte no processo educativo e prepara o acadêmico para exercer com qualidade sua função de comunicador.

Portanto, a implantação de uma rádio interna na Faculdade Seama estaria fortalecendo a relevância deste meio de comunicação despertando novos olhares. A rádio interna traz estas experiências práticas que contribuirão de forma fundamental para o processo de aprendizagem dos alunos e a integração da comunidade acadêmica.

REFERÊNCIAS

BARBEIRO, Heródoto. Radiojornalismo cidadão. In: Rádio Sintonia do Futuro. São Paulo: Paulinas, 2004, p. 137-146.

BLOIS, Marlene M. “O rádio nosso de cada dia”. Revista Comunicação e Educação; 2 (6):13-21, 1996.

BRECHT, B.. “Teoria do rádio (1927-1932)”. In: Meditsch Eduardo, org. Teorias do Rádio. Florianópolis: Insular; 2005, v.1; P.35-45.

CASTRO, Ruy. Roquete Pinto: o homem multidão. Disponível em: http://aminharadio.com.sapo.pt/brasil80_roquete.html. Acesso em: 22 de nov. de 2009.

FREIRE, Paulo. A sombra desta mangueira. São Paulo: Olho d’água, 1995.

MCLEISH, Robert. “Produção de Rádio. Um Guia Abrangente de Produção Radiofônica”. São Paulo, Summus, 2001.

SEPAC - Serviço à Pastoral da Comunicação. Rádio a arte de falar e ouvir laboratório. Paulinas, 2005.

AMIGOS DA LEITURA: O JORNAL INSERIDO NA SALA DE AULA COMO UMA FERRAMENTA PEDAGÓGICA

Ana Paula Koenemann, Daniela Balbinot, Roselaine Saggin, Talita Spode e Verônica Muccini¹²

RESUMO

O presente trabalho resulta da percepção que o grupo teve de que nem sempre o jornal é visto como uma ferramenta que pode ser usada no ensino pedagógico, ou seja, dentro da sala de aula. Sabe-se que a sociedade utiliza os meios que julga necessários para perpetuar sua herança cultural e treinar os mais jovens nas maneiras de ser e pensar. O que este trabalho busca é apresentar que existem outras técnicas de ensino que não são as tradicionais utilizadas pelos professores. O grupo experimental produziu um jornal impresso, cuja principal característica era a interação com o leitor. Através disso, o grupo fez um trabalho de campo na cidade de Paraí, na região central do Rio Grande do Sul, visitando a escola Mateus Dal Pozzo e São Lucas e trabalhando este jornal em sala de aula. Este projeto foi escolhido para ser desenvolvido e aplicado em sala de aula, devido a relevância que o jornal tem para a contribuição de conhecimento, visto que pode ser utilizado como ferramenta de auxílio na aprendizagem dos estudantes. O fato é que o jornal auxilia na formação de um leitor interessado, que saiba compreender e interpretar o contexto que os cercam.

1. A LEITURIZAÇÃO

Na sociedade contemporânea sabe-se da importância do hábito da leitura, uma vez que cada vez mais os cidadãos estão inseridos na era da informação. A leitura tem um papel importante na conscientização do homem, isso porque é através do ato de ler que ele poderá obter diferentes informações, e acima de tudo conhecimento. Dentro deste contexto, está cada vez mais evidente o papel da escola como agente formador do hábito da leitura, que deve ser um costume praticado ao longo de toda a vida.

¹²Jornalistas formados pela Universidade de Passo Fundo. Atuam em áreas diversas.

É neste âmbito que no presente capítulo se discorrerá sobre a leitura como uma forma de aprendizagem de diferentes maneiras, uma vez que não há um modelo ou uma técnica rígida para o estímulo a leitura; e sim, esta é estimulada como um objeto para, segundo Gabriel Perissé (2006), incentivar a busca por um conhecimento prévio do mundo. Conforme afirma Paulo Freire no livro *A importância do Ato de Ler*.

A leitura do mundo precede a leitura da palavra, daí que a posterior leitura desta não possa prescindir da continuidade da leitura.[...] Linguagem e realidade se prendem dinamicamente. A compreensão do texto a ser alcançada por sua leitura crítica implica a percepção das relações entre o texto e o contexto. (1997, p. 11).

Assim os leitores terão uma compreensão plena da leitura. Neste sentido, paralelamente à questão da leitura se abordará, mesmo que de forma breve, a postura da escola enquanto agente formador de um leitor crítico.

O JORNAL NA SALA DE AULA

Toda a sociedade utiliza os meios que julga necessários para perpetuar sua herança cultural e treinar os mais jovens nas maneiras de ser e pensar. O problema é que as técnicas de ensino são um tanto quanto ultrapassadas, e o aluno muitas vezes não tem prazer ao frequentar as aulas.

O uso do jornal como método de ensino pedagógico pode ser um excelente meio de trazer a realidade para dentro das salas de aula, sendo trabalhado paralelamente ao livro didático, evidenciando seu conteúdo de forma lúdica. “A ludicidade é um elemento fundamental capaz de favorecer e facilitar o desenvolvimento e a aprendizagem infantil”. (CANDATEN, 2006, p. 159)

As técnicas atuais de educação, em boa parte das escolas, são as mesmas utilizadas por nossos avós, ou seja, aquele velho modelo onde um fala e os demais escutam. Para se proporcionar uma educação, onde o aluno sinta-se satisfeito, é preciso fazê-lo de forma

lúdica. A educação sente necessidade de maior interação entre o educador e o educando, e o jornal pode proporcionar um melhor desenvolvimento em sala de aula.

A idéia de utilizar o jornal como um instrumento pedagógico é levá-lo para dentro da sala de aula, transformando-o em uma ferramenta prática para a motivação do ensino. O estudo e a leitura do jornal dentro de um contexto pedagógico do conteúdo, em alguns casos, é muito mais bem sucedido do que o simples uso do livro didático. Esse instrumento pedagógico forma um conjunto de cidadãos mais informados e participantes. (HAMZE, 2007, s/n)

O jornal na escola é interdisciplinar, através dele o educador pode adaptar formas diferenciadas de conhecimento, já que por meio delas o aluno vai ter acesso a diferentes linguagens, como por exemplo, a fotografia, os gráficos e as ilustrações.

A escola tem como um de seus objetivos a formação de leitores, e pode, através de jornais, criar fontes comuns de informações e textos, entre outros aspectos, capazes de proporcionar um vínculo mais consistente entre educando e o mundo dos fatos.

O novo leitor precisa estar associado com sua realidade, para isso a utilização dos meios de comunicação para incentivo da leitura é fundamental, já que por meio deles o estudante terá melhor contato com o mundo, através de mecanismos modernos com os quais está habituado a conviver.

2.1 O jornal como instrumento do ensino pedagógico

A incorporação do jornal à escola provocou uma mudança no cenário pedagógico, visto que o meio gerou uma interação entre a realidade dos alunos com a realidade escolar. Mas essa interação é bastante recente, já que cada época se utilizou de uma linguagem e utensílios que lhe eram próprios.

Conforme explica Freinet (1974 p. 11-12), a educação já passou por vários processos de transformação e adaptação para se chegar ao modelo existente. Os nossos avós utilizavam “manuscritos” e a pena de pato numa escola onde a autoridade do professor se manifestava através de “reguadas” e pelas orelhas de burro. Os progressos técnicos de mecânica e da produção editorial criaram para nossa geração a era dos manuais escolares e da caneta metálica, com os métodos que o seu emprego tornava convenientes: trabalhos de

casa, lições, cópias de textos, exercícios cujo ritmo era soberanamente marcado pelo educador e pelo livro.

Entretanto, estamos em um novo período: a imprensa propôs a tal ponto a sua importância que contribuiu para o ensino pedagógico. O jornal na sala de aula veio para ser uma nova ferramenta no auxílio da educação, por meio dela é possível criar-se atividades construtivas que estimulem a criatividade e a tomada de decisões dos alunos.

Segundo Freinet (1974 p. 13) o movimento da Escola Moderna, foi o grande responsável pela introdução de novas técnicas de educação nas escolas. A idéia de levar os jornais para a sala de aula partiu da necessidade de motivação do ensino, por meio de novas ferramentas, já que muitas vezes o estudo por meio do jornal, inserido em um contexto pedagógico, é bem mais sucedido do que o uso do livro didático. Ensina-se através do jornal, a leitura, a interpretação e argumentação sobre diferentes assuntos sob um caráter reflexivo e crítico.

O ensino pedagógico pode se apropriar do uso dos jornais como método para explorar os verdadeiros interesses das crianças. No entanto, ele deve obedecer a um certo número de regras que procurem obter, no gênero que se previu, o máximo de perfeição. De acordo com Freinet (1974, p. 45- 47), os critérios para introdução do jornal em sala de aula são: o jornal deve ser bem impresso; o texto deve ser ajustado; é preciso ter um cuidado muito especial com a composição de cada página; o texto deve estar perfeito e sem gralhas; e o jornal deve ser ilustrado. Assim, será possível uma nova via de conhecimento entre a criança e a prática pedagógica; e ainda, se o jornal escolar tiver aspecto agradável, se o seu conteúdo for a expressão original da vida das crianças, interessará por certo os pais e correspondentes.

Com a utilização do jornal em sala, percebe-se que a criança se preocupa, sobretudo, com os elementos naturais e do cotidiano da sua vida a despertar. Conforme Freinet (1974 p. 49-51), cada etapa da educação deve ser trabalhada de forma distinta. As classes infantis, por exemplo, necessitam de os textos normalmente curtos, compostos em linhas bem destacadas, sem preocupação de dar a todas as linhas o mesmo comprimento, mas contendo em geral uma idéia ou uma frase por linha, o que facilita a compreensão e, portanto a leitura. Da primeira até a terceira classe, às crianças começam a se interessar pelo mundo que as rodeia e pela vida de seus correspondentes, ou seja, os textos em geral

são compostos em corpo de 18 ou 24, mais longos, e ilustrados com desenhos ou linogravura. A partir da quarta-série, o jornal passa aos poucos a tomar um aspecto mais adulto, com um conteúdo que reflete a atividade social, assim como cenas da vida infantil. Trabalhos e jogos passam a ser introduzidos, não esquecendo das páginas literárias e poéticas que dão a alguns jornais um valor inigualável.

Para Folle (2006, p. 198) o jornal visa oferecer ao professor certo número de atividades que lhe permitam de forma empírica, levar ao aluno a prática da língua, através da leitura e da escrita, com um material lingüisticamente independente daqueles dos manuais escolar e atualizado, pois acompanha as informações veiculadas no cotidiano.

Existem inúmeras formas de se trabalhar o conteúdo de um jornal em sala de aula. De acordo com Carrasco (2001, p. 5) seriam elas: comentar sobre um assunto que esteja em pauta, estimulando as crianças à crítica; incentivar os conhecimentos gerais, como por exemplo, fenômenos naturais, questões econômicas e políticas; as crônicas podem ser trabalhadas de diferentes formas, pois expressam várias interpretações, o que possibilita ao aluno a reflexão; além da atualização por meios de notícias; O trabalho por meio do jornal estimula a possibilidade da reprodução em sala de aula de uma pequena redação mirim, onde os alunos vão exercer a criatividade, as expressando das mais variadas formas.

Conforme Freinet (1974), o jornal aguça a curiosidade do aluno, sendo assim possível preparar uma forma de escola totalmente diferente daquela que o aluno está habituado e submetido. O jornal na escolar é um instrumento vivo de renovação. Segundo a autora uma das maneiras de atrair a atenção da criança é escrever de forma mais afetiva. “A criança, mesmo quando descreve associa intimidade as suas reações, as suas sensações e os seus sentimentos à narrativa que destina ao seu jornal”. (p.55- 57)

O jornal é um tipo de material que retrata a dinâmica social e expõe a vida cotidiana, o que é fundamental, visto que oferecem aos alunos instrumentos para se tornarem leitores críticos. De acordo com a educadora Amélia Hamze (2007), a leitura de jornais em sala de aula enriquece a capacidade de compreensão dos alunos, principalmente no que diz respeito a agregação de novas palavras ao vocabulário, melhora a qualidade dos textos e amplia suas informações.

O jornal, como ferramenta pedagógica, traz uma visão aberta e atualizada, um espaço de divulgação de idéias, de comunicação de opinião e interesses e tem contorno multidisciplinar e interdisciplinar. O jornal espelha o jogo de interesses da sociedade e o estudante pode compreender em que sociedade está vivendo e convivendo. O jornal é um extraordinário material pedagógico porque traz para a sala de aula a sociedade e suas necessidades reais. O docente precisa também beneficiar a interação do educando com a realidade social cotidiana e originar o acompanhamento do assunto jornalístico. (HAMZE, 2007, s/p)

Conforme Carrasco (2001, p. 6), o jornal é um vínculo cuja importância reside essencialmente no fato de ajudar a criança a perceber a complicada trama da existência e as diversas percepções da verdade, à medida que, no decorrer de seu processo de escolarização, passa a perceber que existem mais pontos de vista do que o dela mesma. Porém, deve haver certamente um amadurecimento desejável do conteúdo dos jornais, de acordo com a idade das crianças.

Para concluir, Freinet (1974, p. 114) diz que na escola de amanhã será possível o verbalismo dar lugar à experiência, o verbalismo dar lugar a existência viva e à criação, e que os utensílios e as técnicas de trabalho se tornaram elementos ativos da nova pedagogia. Entre esses utensílios, a imprensa deverá fazer parte do cotidiano nas escolas. E é exatamente este o objetivo deste projeto experimental, como se verá no último capítulo.

3. O PROJETO AMIGOS DA LEITURA

O Projeto Amigos da Leitura surgiu a partir da idéia já existente do Projeto de incentivo à Leitura que o Jornal Nossas Cidades possui há dois anos na cidade de Pará/RS. Este projeto do jornal estabelecido na cidade teve como objetivo incentivar alunos e professores a implementarem o jornal como uma ferramenta educativa dentro da sala de aula, estimulando a leitura de jornais; proporcionando um momento de leitura na escola, para que os alunos possam refletir e interagir com os textos; refletindo sobre a aprendizagem escolar que incorpora jornais em sala de aula; desenvolvendo atividade de

incentivo à leitura de forma integrada ao processo de ensino/aprendizagem; e valorizar o jornal Nossas Cidades, através da busca pela informação ali contida .

3.1. O projeto experimental

O Projeto Experimental Amigos da Leitura consiste em um jornal, criado e pensado exclusivamente para as crianças de pré a quarta-série, para que se desenvolvam atividades diferentes em conjunto com seus professores e, caso desejem, em conjunto com outras turmas, de séries próximas. Este exemplar do Amigos da Leitura foi trabalhado exclusivamente com duas turmas de terceiras séries de Paraí.

Para criar o jornal, foram divididas funções e criadas maneiras e formas de escrever para as crianças, numa linguagem fácil e voltada exatamente para elas. Assim, Daniela Balbinot, por possuir experiência em sala de aula com crianças, ficou responsável pela pauta e criação das principais linhas temáticas que as matérias seguiriam. Verônica Muccini, entrevistou um autor (Mário Pirata), Roselaine Saggin cuidou de buscar o apoio junto a Prefeitura Municipal, bem como a autorização para a aplicação do Projeto no município. Enquanto isso, Talita Spode e Ana Paula Koenemann auxiliavam a Daniela na preparação do material, bem como preparavam os equipamentos necessários para a aplicação do Projeto.

Para a criação dos desenhos e elementos visuais do Jornal, Leandro Dóro disponibilizou-se e criou animações para ilustrar o periódico. Enquanto isso, Pablo Tavares foi convidado a cuidar da diagramação e criação do *layout* do *Amigos da Leitura*.

Deu-se início, assim, à construção do *Amigos da Leitura*. Um jornal de oito páginas, produzidos em duas cores: preto e azul, e que teve uma tiragem de 500 exemplares. Com uma parceria entre o Jornal Nossas Cidades, e Prefeitura Municipal, a Secretária de Educação e Cultura de Paraí, Andréia Brandalise, autorizou a implantação do Projeto nas terceiras séries das escolas municipais de ensino. Dessa forma, foi combinado com as diretoras e professoras das duas escolas municipais que possuíam 3ª série, Mateus Dal Pozzo e São Lucas, a união das duas turmas em uma sala de aula na Escola Mateus Dal Pozzo para o dia 10 de outubro.

Enquanto isso, Daniela e Pablo reuniam-se para concluir a diagramação e encaminhar o Jornal para a correção que a equipe faria. E assim ocorreu. Jornal corrigido, hora de mandar para a gráfica. Isto aconteceu na segunda-feira, 08 de outubro e na quarta-feira, 10 de outubro, antes da implantação, a Roselaine ficou responsável para retirar os exemplares dos jornais na gráfica, na cidade de Nova Araçá, próximo de Paraí.

Após a revisão bibliográfica, a criação do jornal pedagógico *Amigos da leitura* e a aplicação do projeto experimental nas turmas de 3ª série das escolas municipais de ensino de Paraí-RS, o grupo acredita que atingiu o principal objetivo deste trabalho, porque conseguiu integrar professores e alunos com o jornal e mostrar que este pode ser utilizado como uma ferramenta pedagógica em sala de aula.

O grupo acredita que estimular a leitura por meio de um jornal pedagógico é um método eficaz de incentivar o hábito da leitura nos leitores em formação. Paralelamente, os textos informativos e ficcionais expostos no jornal se transformam em elementos essenciais para a formação de um leitor crítico e argumentativo. Ao mesmo tempo, o grupo deste projeto experimental acredita que o jornal *Amigos da Leitura* ofereceu aos alunos e professores um método de aprendizado interdisciplinar que foge dos métodos tradicionais da relação professor-aluno.

O jornal *Amigos da Leitura* também se consolidou como um meio de comunicação interativo, porque proporcionou aos alunos uma participação no jornal trabalhado em sala de aula. Ao mesmo tempo em que os alunos recebiam as informações do jornal, eles puderam participar da publicação executando atividades de jornalistas.

O trabalho intitulado: “*Amigos da leitura*: o jornal inserido na sala de aula como uma ferramenta pedagógica” está dividido em três capítulos. O primeiro deles fala sobre o a leiturização, leitura e educação. Neste capítulo o processo da leitura é evidenciado como uma forma livre e independente, que, apesar de ser mediada pelo professor, é através da relação entre a obra, o autor e o leitor que a interação da leitura acontece. No segundo capítulo foi abordado a importância do jornal em sala de aula, onde o professor precisa incentivar o aluno ao hábito da leitura, valorizando a opinião do aluno bem como o aceitando como um sujeito que participa do processo de ensino e aprendizagem da leitura. Além disso, o presente capítulo ainda tratou das transformações que a comunicação vem passando e que está refletindo na educação. No terceiro capítulo do trabalho foi descrito a aplicação do projeto experimental, onde um jornal foi elaborado especialmente para

crianças que cursam a 3ª série do Ensino Fundamental, produzido com elementos baseados na realidade vivida pelos alunos da cidade de Parai. Após a elaboração e execução do jornal o mesmo foi trabalhado em sala de aula. Esta implantação do projeto realizado teve a participação de todas as componentes deste trabalho experimental de conclusão de curso de Jornalismo, que foram para a sala de aula trabalhar com duas turmas explorando as atividades do jornal pedagógico e que não deixam de ser jornalísticas.

As professoras elogiaram o trabalho e perceberam a participação ativa dos alunos na realização das atividades. Os alunos ficaram fascinados com o jornal, onde leram e, conseqüentemente, participaram das atividades, completando os espaços destinados para as suas idéias, desenhando e respondendo as questões. Houve aceitação total quanto ao uso do jornal em sala de aula.

Após a execução do projeto, os resultados que o grupo chegou é que um jornal com elementos jornalísticos pode ser trabalhado em sala de aula como um elemento pedagógico, que auxilia na formação de um leitor híbrido, que consiga entender e interpretar um texto. Ainda, o trabalho contribuiu para dinamizar as técnicas metodológicas dos professores em sala de aula e, ao mesmo tempo, para chamar a atenção dos alunos para o meio de comunicação do jornal impresso, que apesar de ser um veículo extremamente antigo, ainda contribui para a formação, a informação, o entretenimento e aprendizado dos alunos.

Vale salientar que as professoras se comprometeram em continuar com o trabalho e desenvolver projetos de leitura que abordem o uso do jornal em sala de aula. Em conversa com a secretária municipal de educação, esta afirmou gostar da idéia e prometeu dar continuidade e unir os professores da rede municipal de ensino para planejarem juntos outras edições de jornais pedagógicos voltados ao interesses dos alunos e com informações atuais.

Sendo atingido o principal objetivo do projeto experimental, o grupo sente-se feliz por despertar o interesse nos alunos e professores quanto à importância do uso do jornal em sala de aula, bem como perceber que houve integração e aprendizado, onde ao final da atividade os alunos expuseram para seus colegas o que realizaram, o que aprenderam e as expectativas atingidas.

Logo, este trabalho se justificou pelo interesse que o grupo tem pelo assunto, bem como pela relevância do jornal impresso aplicado em sala de aula.

REFERÊNCIAS

AMIGUINHO, Revista Nosso. *Aventuras em família*. São Paulo: Abril, 2007.

CANDATEN, Fernanda Borguezan e Juliane Piovesan. *Diversidade na Educação: Diálogos Possíveis - Artigo O Lúdico no cotidiano da educação infantil*. Frederico Westphalen: URI, 2006.

CARRASCO, Omar. Artigo *Os meios de comunicação na sala de aula*. Campo Grande: Intercom, 2001.

<http://reposcom.portcom.intercom.org.br/bitstream/1904/4878/1/NP11DELGADO2.pdf>

Acesso em 21 de novembro de 2007, às 19h 30

CIDADES, Jornal Nossas. *Paraí marca a raça e a luta por conquistas*. Paraí: Edição especial de aniversário, 2006.

FOLLE, Adriana e Elisabete Cerutti. *Diversidade na Educação: Diálogos Possíveis – Artigo Caminhos percorridos com o jornal na educação: por uma pedagogia da comunicação e do conhecimento*. Frederico Westphalen: URI, 2006.

FREINET, Célestin. *O jornal escolar*. São Paulo: Estampa, 1967.

FREIRE, Paulo. *Pedagogia da autonomia*. São Paulo: Paz e Terra, 1998.

FREIRE, Paulo, 1921 - 1997 *A importância do ato de ler: em três artigos que se completam*. 39 ed. - São Paulo, Cortez, 2000.

HAMZE, Amélia. Artigo *O Uso do Jornal na Sala de Aula*, 2007.

<http://72.14.205.104/search?q=cache:5lNdVDCSiacJ:pedagogia.brasilecola.com/trabalho-docente/jornal-sala-aula.htm+o+jornal+na+sala+de+aula+HAMZE&hl=pt-BR&ct=clnk&cd=1&gl=br> Acesso em 7 de outubro de 2007, às 21h15min.

LIMA, Lauro de Oliveira. *Mutações em educação segundo Mc Luhan*. Rio de Janeiro: Vozes, 1976.

**BEIROL NOTÍCIAS: A COMUNIDADE E O JORNALISMO POPULAR
EXPERIMENTAL**

RESUMO

A essência do jornalismo consiste em desvendar rostos anônimos, tornar de conhecimento público informações que interessam a um grande número de pessoas. Ao trazer estes dados para as páginas de um jornal, tais informações tornam-se “notícias” e a partir daí, passam a compor o cotidiano de um grupo específico, o público leitor. Mais do que o caráter social, o jornalismo deve ser baseado na prestação de serviços, reconhecendo o grau de proximidade que os impressos estabelecem com o seu público. É importante notar ainda, comprometimento das publicações com a realidade do leitor, seja cultural ou geográfica, e principalmente, de seu interesse pelos assuntos publicados. Delimitar o que é notícia não é uma tarefa fácil, é preciso conhecer as preferências e gostos dos que aderem a este tipo de produto jornalístico. O trabalho da jornalista gaúcha, Márcia Franz Amaral, intitulada *Jornalismo Popular*, é o ponto de partida para a composição deste trabalho, pois enumera alguns fatores para a existência desta nova modalidade de trabalho, que esteja em consonância com o ambiente do leitor, valorizando-o, instigando-o e tornando-o parte deste processo de construção. Seja na escolha das editorias, da composição do texto, do tamanho das fotos, da fonte, enfim de uma série de itens que classificam o material jornalístico. A partir das informações colhidas por meio de sondagens com os moradores de um dos bairros mais antigos da capital do Estado do Amapá, a comunidade que desde a data de fundação em 1985, necessitava de um produto que legitimasse a história do lugar, foi requisitada como principal fonte de informação e de conhecimento. Além disso, o produto ganhou características peculiares, a identidade visual, o tamanho da publicação, e o mais importante, o bairro Beírol, passou a existir dentro de um contexto social para os cerca de 8 mil moradores.

PALAVRAS-CHAVE: jornalismo popular, cidadania, jornal.

O JORNALISMO POPULAR

O termo “Jornalismo Popular” começou a ser preconizado muito recentemente. Um estudo recente que aborda este tema é o da professora e doutora em Comunicação e Informação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRS), Márcia Franz Amaral, em que a autora defende na obra de mesmo nome as “diretrizes” do Jornalismo Popular. Este fala para um público que não busca somente entretenimento, mas informação

¹³Jornalistas formados pela Faculdade Seama. O artigo é resultado de Projeto Experimental produzido em 2009.

e prestação de serviços. Assuntos que mexem com o cotidiano da população geram maior interesse pelo público leitor.

Este tipo de publicação quer colocar o leitor cada vez mais em contato com a sua realidade, fazendo-o participar do processo de transformação da mesma. Os impressos comerciais – chamados pela autora de jornais de referência - se distanciam deste propósito, pois não conhecem a linguagem do seu público e não sabem como atingi-lo. “No lugar da linguagem chula, da escatologia e das matérias inventadas, os jornais buscam a linguagem simples, o didatismo, e pasmem, a credibilidade” (AMARAL, 2006).

Para que o profissional de comunicação dê os primeiros passos nesta atividade, é fundamental que ele tenha disposição e consiga enxergar o veículo com os olhos da comunidade, de modo a verificar o domínio dos processos iniciados pelo grupo.

Por muitos anos, esse Jornalismo com uma entonação mais Popular foi rotulado por pesquisadores e estudiosos da área de comunicação. Esses produtos informativos receberam algumas expressões para desqualificá-los: “lixo”, “degradação cultural”, “jornal sensacionalista” ou, ainda, “antijornalismo”. A única observação que nunca era mencionada a respeito desses periódicos era a preocupação em sempre considerar a fala do leitor.

Em *Jornalismo Popular*, Amaral (2006) apresenta os parâmetros entre o jornalismo popular e o jornalismo sensacionalista. Embora ambos busquem prender a atenção do leitor e conseqüentemente alcançar uma boa tiragem; os jornais sensacionalistas sentimentalizam as questões sociais e as tratam de uma forma mais intensa, criando penalização nos leitores, particularizando e reduzindo os fenômenos sociais. Assim, a postura editorial adotada por estas empresas jornalísticas privilegia notícias concernentes à banalização da violência, escândalos, e exploração do sofrimento humano; além da ridicularização de pessoas humildes, pré-julgamentos e inversão do conteúdo jornalístico pela forma do produto.

Na pesquisa, a autora cita alguns periódicos que surgiram durante o Golpe Militar que se destacaram por apresentar estas características. Como é o caso do *Folha da Noite* (São Paulo, 1921-1960), *O Dia* (Rio de Janeiro, 1951 até hoje), *Última Hora* (Rio de Janeiro, 1951-1964), *Luta Democrática* (Rio de Janeiro, 1954-1979), e o *Notícias Populares* (São Paulo, 1963-2001), este último inspirou a publicação do livro “Espreme que sai sangue” do jornalista Danilo Angrimani. Os impressos utilizaram-se do

sensacionalismo para se aproximar das classes populares e incorporar elementos culturais a estes setores, como forma de desviar a atenção às questões políticas da época.

A fórmula foi desgastando com o tempo e os leitores perceberam que não só de sexo e sangue sobreviviam estes jornais. Era preciso adequar a linguagem a um público mais segmentado. Uma vez que os leitores passaram a renegar os exageros destes produtos jornalísticos e preferir reportagens de serviço público. Segundo a autora, o período da Ditadura Militar (1964-1984) corroborou para que os jornais assumissem uma entonação mais popular.

Assim, os jornais comerciais que adaptaram o discurso utilizado para que houvesse aceitação do público. Jornais populares e jornais comerciais caminham em sentidos opostos. Os populares que moldam a linguagem e o seu discurso de acordo com o universo cultural de seus leitores e se diferenciam pela responsabilidade social com que abordam as matérias de cunho jornalístico, voltadas à prestação de serviços – como seções sobre direitos trabalhistas, saúde e economia popular. Este discurso menos rebuscado ganha popularidade porque fala direto ao leitor, cria vínculo e fideliza o consumidor deste tipo de produto. A autora salienta que a imprensa comercial se auto-define como “popular” ao publicar matérias de interesse público com uma abordagem menos particularizada. No entanto, como foi apontado no Capítulo I, os primórdios do jornalismo já indicavam que a atividade iniciaria com o intuito de privilegiar nobres e influentes na época, a fim de silenciar as classes menos favorecidas. Motivo pelo qual grande parte das empresas de comunicação no Brasil ainda esteja sob o domínio de grupos políticos e empresários.

Em síntese, os jornais comerciais publicam o que é conveniente para os donos dos veículos de comunicação, e se distanciam do leitor porque informam para um público mais abrangente, diferentemente dos jornais populares. Diz a autora:

O jornalismo dedica-se a produzir conhecimentos sobre o cotidiano e os jornais populares dão visibilidade também aos sentimentos das pessoas sobre o mundo, mas não se resumem mais à produção de sensações com matérias policiais. Atualmente, os jornais preocupam-se com que o leitor tenha o sentimento de pertencer a determinada comunidade, percebendo que o jornal faz parte de seu mundo (AMARAL, p.24, 2006).

Em artigo publicado no site Comunique-se de 19 de dezembro de 2003, o jornalista Carlos Chaparro indaga o internauta quanto a existência de um jornal, atualmente no Brasil, que obedeça os critérios de pauta, redação e edição ditados pelos interesses das camadas populares, explorados e oprimidos pelo cotidiano e pela sociedade, ou como ele intitula, “o jornalismo da exclusão”, que pratique de fato, jornalismo popular.

O questionamento se fundamentou no trabalho de sua ex-aluna da Universidade de São Paulo, Marcy Picanço Figueiredo, que mergulhou no assunto para a pesquisa que suscitaria em seu trabalho de conclusão de curso. A pesquisa que Chaparro cita, queria descobrir não o lado da miséria e sim de luta dos moradores do Capão Redondo, um dos bairros de São Paulo que esteve sempre associado na grande imprensa como a imagem de um lugar em que imperava a criminalidade e a violência. Os noticiários construíram um estigma que gerou a revolta dos mais de 250 mil moradores da localidade. Os assuntos envolviam o nome do bairro e ganhavam espaços nas páginas policiais trazendo a conotação de que aquele era um lugar desprezado, sem emprego, com precariedade no transporte, possuía um deficiente sistema de saúde e escolas em ruínas, devido a ação de vândalos.

As informações nada favoráveis implicaram no descontentamento de jovens sobre o jornalismo praticado e motivou a criação de grupos sociais engajados na criação de um mecanismo de comunicação local. A proposta foi transformar os agentes do processo em facilitadores do direito à comunicação. Sob a orientação de jornalistas, a comunidade criou - ainda que precariamente -, boletins, programas de rádio e até uma agência de notícias, da qual os adolescentes do Capão Redondo garantiram participação ativa.

Conforme Chaparro, durante o processo de pesquisa da ex-aluna, a líder da associação de moradores relatou o tratamento que a imprensa local dava para os assuntos relacionados àquela comunidade. O repórter de uma poderosa empresa de comunicação iniciava a matéria: “Estamos falando do bairro mais violento de São Paulo”. Depois perguntaria a uma das crianças beneficiadas por um projeto social da comunidade, como ela se sentia participando de uma ação em um dos bairros mais violentos do mundo. Com tristeza, a líder da comunidade analisou a enorme indelicadeza do repórter: “O jornalista precisa saber que ele lida com seres humanos. Esse aí, da Globo, desconstruiu tudo o que foi feito”, disse indignada.

Em um depoimento mais contundente, Chaparro conta a história de seu Juarez, um dos moradores mais antigos da localidade que explicava a opção por não ler jornais. “Muito novo, eu não tinha o hábito de ler jornais porque achava que aquelas manchetes não tinham nada a ver com a minha vida. Na parte de economia, não entendia nem os títulos, aquele monte de câmbio, dólar, 5% para cá, 10% para lá. Não abria a página policial porque não gosto de ver chacina. Aí pegava a página principal e tinha: FHC baixa MP. O que é MP? Enfim, só lia desporto e histórias em quadrinhos”, relatou seu Juarez. Em outro momento da pesquisa, ele questiona que conceito de jornalismo popular está na cabeça de alguém que coloca este tipo de manchete?

Ao final do artigo, Chaparro classifica o jornalismo popular como aquele instrumento que capta, compreende e relata a atualidade na perspectiva oposta às elites. Para ele, o jornalismo popular tem uma relação tênue com o jornalismo sensacionalista, pois neste segundo a notícia é colocada como um tipo de conteúdo que apela para o extraordinário, que foge ao comum e transforma o fato em algo sensacional. Assim – explica Chaparro – cumpre definir o que estamos chamando de jornalismo popular e o que estamos considerando sensacional, uma vez que este tipo de jornalismo também possui aceitação junto ao público.

O popular, muitas vezes, é incompreensível aos nossos olhos, que interditam, num processo de dupla exclusão, os gostos, os entendimentos, as preferências de um público e que, com uma ação pré-conceituosa, classificamos como de menor valor. O popular, entretanto, é formado pela mescla dos dramas cotidianos, pelas estruturas narrativas que apelam a um imaginário que navega entre o sonho e a realidade, ao mesmo tempo em que está circundado pelos valores de uma cultura que perpassa todos os níveis da sociedade. Mas o popular, sobretudo se realiza no massivo, a partir da explosão dos meios de comunicação de massa como operadores da realidade social (CHAPARRO, 2003).

De acordo com AMARAL (2006), é importante que o jornalista tenha noção das fronteiras que separam os jornais considerados de referência (comerciais) e os jornais populares, para saber como posicionar-se numa redação do segmento popular.

As diferenças mais visíveis nas publicações são informações mostrando o cotidiano de pessoas anônimas, o entretenimento em uma linguagem didática e interessante. Enquanto o jornal comercial preocupa-se em engrandecer as ações institucionais, o outro cobra providência dos órgãos, pedindo celeridade nas ações dando espaço para a opinião da comunidade.

O jornal popular surge como alternativa para a captação de leitores. Uma vez que o mercado editorial no Brasil recorre a departamentos de marketing para conhecer o público que lê jornais, para que ele possa se tornar viável. A popularização dos jornais não está fadada a perda de qualidade das publicações, e sim na adequação ao público que irá consumir esse tipo de produto, pois a imprensa popular depende da satisfação do leitor de baixo poder aquisitivo para continuar atuando. De acordo com a autora, esse público tende a ser volúvel e a linguagem utilizada precisa conquistá-lo cotidianamente. AMARAL (2006) classifica este tipo de abordagem dos jornais populares como aqueles que falam para “o mundo do leitor”, apresentando de modo segmentado, a leitura que mais agrada a este público.

A lógica dos jornais populares é mostrar as notícias que interferem no cotidiano da população e tenham algum cunho de dramaticidade.

Nas pesquisas da autora Márcia Franz Amaral, para a concepção do título *Jornalismo Popular*, ela percebeu o ineditismo do termo. Uma vez que os jornais comerciais que abordam diversos discursos em diferentes campos do jornalismo se intitulam *populares*. O parâmetro estabelecido para este tipo de análise foi o fato de os veículos comerciais se basearem na valorização do cotidiano e na difusão de assuntos de interesse público. No entanto, na divulgação de “assuntos públicos” os jornais comerciais ignoram os temas que falam para uma comunidade em particular. Singularizam os fatos e tratam as notícias com um enfoque subjetivo e impessoal. Conseqüentemente, o leitor distante das esferas do poder, prefere ver o seu dia-dia impresso no jornal, pois ele observa neste tipo de produto jornalístico, uma mídia que fala diretamente a sua realidade, tratando-a com maior clareza, aproximação e comprometendo-se com o fortalecimento da identidade do lugar.

Interesse é aquilo que aguça a inteligência do receptor, instiga a curiosidade dele, provoca-lhe emoções, estimula-o a pensar. (...) O desafio de todo jornalista é seduzir pela importância do material que transmite, revelar aspectos desconhecidos e lutar pelo aumento no número de pessoas que têm acesso à informação relevante. (JORGE, 2008, p.27)

A notícia no Jornalismo Popular assume o atributo de valores-notícia. Em seu livro, *Manual do Foca*, Thaís de Mendonça Jorge (2008) considera o valor-notícia um conjunto de características que desperta a atenção, provoca o interesse ou confere relevância a determinados fatos que serão reunidos sob a forma de um produto específico do jornalismo: a notícia.

CARACTERÍSTICAS DO JORNALISMO POPULAR

O Jornalismo Popular se diferencia de outros veículos impressos por alguns aspectos, dentre eles a construção dos textos, a disposição do *layout* das matérias, a fotografia e a diagramação.

Sobretudo, AMARAL (2006) frisa como peculiaridades, a capacidade de gerar entretenimento, estar próximo do leitor geográfica ou culturalmente, puder apresentar texto simples e conciso, ser descrito dramaticamente e acima de tudo, cumprir a tarefa da prestação de serviços.

No jornal popular, os valores-notícia são apresentados pela proximidade e pelo conteúdo que interessam aos leitores. De acordo com JORGE (2008), os critérios de noticiabilidade dividem-se em dois sub-tipos: valores fundamentais e valores temáticos. Os valores fundamentais seriam: **atualidade** (o novo é o primeiro quesito da notícia), **proximidade** (estar mais próximo é o que comove mais, seja no sentido físico quanto no psicológico) e **notoriedade** (pessoas famosas, notórias ou com destaques na sociedade. Nobreza, autoridades civis, militares e intelectuais, a elite pensante).

E os valores temáticos seriam todos aqueles responsáveis por matérias quentes, que não podem faltar nos noticiários, como escândalos sexuais ou políticos, e outros de temporalidade mais longa. “Os valores-notícia determinam as chamadas de capa (jornal), a *homepage* (internet) e a escalada da televisão”. (JORGE, 2008, p. 33).

O projeto gráfico do jornal está diretamente relacionado com o editorial. Legibilidade e identidade são os preceitos fundamentais de um jornal popular. A legibilidade depende de elementos como a forma e o tamanho das letras, entrelinhamentos, largura das colunas e disposição dos espaços em branco. O leitor deve identificar-se com a estética do produto e a publicação precisa ser facilmente reconhecida nos pontos de venda.

O discurso gráfico tem como finalidade ordenar a percepção, indicando o caminho do olhar. Cor, uso de sessões, sub-títulos, boxes, fotos e ilustrações implicam na facilitação na leitura.

Em texto publicado na Revista Imprensa, de Agosto de 2008, os jornalistas Fabrício Teixeira e Rodrigo Manzano assinam o texto “A gramatura do papel-jornal”, em que expõem o aumento da circulação paga, a diversificação dos leitores e o fortalecimento dos jornais populares e gratuitos. A fórmula é aparentemente simples, texto ágil, mulheres, esporte e serviços.

Na matéria, os dois apontam como o mercado de jornais populares vem aumentando no Brasil. “Ao confrontar as dez maiores circulações pagas de 2006 com as mesmas posições em 2007, percebe-se que, no Brasil, os jornais populares de fato começam a ganhar espaço no ambiente antes dominado pelos diários tradicionais. Entre os dez bem colocados no *ranking*, três derivam da fórmula notícia rápida, *fait divers* e bom preço: Extra (Rio de Janeiro, R\$ 1,00), Super Notícia (Belo Horizonte, R\$ 0,25) e Meia Hora (Rio de Janeiro, R\$ 0,50)”.

Algumas redações padronizam a estrutura gráfica dos jornais como forma de estabelecer um estilo visual. Há muitos recursos utilizados nos jornais que são planejados por pessoas que desconhecem o assunto, e acabam dificultam a compreensão das matérias.

Em entrevista *on line* concedida pelo jornalista Ângelo Fernandes do jornal local Tribuna Amapaense, no dia 26 de Outubro de 2009 às 13h06, Fernandes relata sua experiência como editor-chefe da publicação, que vez por outra assume o papel de diagramador. Para ele, a orientação imprescindível para a formatação da capa é o destaque para a manchete, com ou sem foto. Questionado quanto a principal diferença entre a diagramação de um jornal comercial e outro com característica popular, Fernandes ressalta o visual: “O jornal comercial visa vender um determinado produto, ou seja, poucas informações e muito investimento no visual. Já o popular ou de bairro, o mais importante é

a informação. Detalhes sobre determinado assunto, com claro, dando destaque para a fotografia”.

Na padronização gráfica, a primeira página é a que detém os maiores recursos persuasivos para a posterior leitura do jornal. Para tal, é necessário que essa padronização gráfica seja personalizada, para que o leitor a identifique imediatamente. Ela representa a própria identidade do jornal. (SILVA, 1985, p.50)

Mesmo em um jornal comercial, às vezes é preciso ter criatividade para arrumar soluções para determinada página. Sobretudo quando ocorre de texto e foto não complementarem. Na opinião do editor-chefe do Tribuna Amapaense, mais difícil ainda é medir a preferência dos leitores pelo projeto gráfico do jornal. “Tentamos nos basear por meio de comentários, elogios ou críticas sobre determinada diagramação. Acredito que a diagramação é individual... cada veículo adota um estilo, algumas vezes certo, outras, errado.”, disse o jornalista.

Outro exemplo que ilustra a comercialização de jornais populares é o impresso que circula nos arredores do estado de São Paulo, com tiragem média de 35 mil exemplares de segunda a sábado, e aos domingos chegando a vender 90 mil exemplares. O Diário do Grande ABC cobre as sete cidades da região do ABC Paulista: Santo André, São Bernardo, Mauá, São Caetano, Ribeirão Pires e Rio Grande da Serra e Diadema. Em recente artigo publicado pela jornalista e mestrande da Escola de Comunicações e Artes (ECA/USP), Marcela de Matos Batista, expondo o fenômeno do jornal que ganhou o respeito dos paulistanos e dos anunciantes das sete cidades, que perceberam a força desses veículos popularizados.

“O segredo do sucesso desses jornais é investir na cobertura local. Dar aquela notícia que os grandes jornais não conseguem dar”. A declaração é da mestrande da Universidade de São Paulo (ECA-USP), Marcela de Matos Batista. Em sua dissertação a despeito do fenômeno do jornal popular Diário do Grande ABC. A mídia que abrange as classes menos favorecidas atua como um importante instrumento de mobilização social. A cidadania e as causas coletivas ganham destaque quando as pessoas buscam resolver, ainda que pragmaticamente, os problemas da comunidade.

No Jornalismo Popular as pessoas lêem jornais para se informar, sobretudo para ter o senso de pertencimento, pois o discurso da publicação é construído a partir da relação de proximidade e do testemunho. Nos jornais populares, a comunidade deseja estar incluída no

texto, seja como consulta para reforçar determinada matéria, nas fotos, ou ainda colaborando com o processo de produção de notícias, cedendo informações ou dados que subsidiem a atividade jornalística.

Desse modo a credibilidade é construída por meio de depoimentos e da relação com que o veículo estabelece com o seu público leitor. O ato de ler o jornal produzido a partir de informações cedidas por uma comunidade particulariza a publicação, reafirma a ligação das pessoas com o mundo, sobretudo corresponde as expectativas individuais.

AMARAL (2006) avalia o mercado de consumidores de jornais populares e diz que ele aumenta devido a falência dos sistemas ideológicos, a fragilidade dos movimentos sociais e a incompetência do poder público, gerando assim o descontentamento em reação da sociedade. Ou seja, o veículo que compreender a vulnerabilidade dos sistemas e propor fórmulas de fácil assimilação, cria um modo de lidar com a realidade com base na noção de pertencimento social. Assim, a característica determinante desse tipo de veículo foge aos valores do jornalismo tradicional, pois invertem o conteúdo pela forma. E por este motivo tendem a ser tachados de “anti-jornalismo”.

As características do veículo por si só fornecem ao jornalista pistas sobre quem é o seu leitor. Com pesquisas de opinião, a imprensa forma uma noção de seu público, do que ele deseja e do que ele necessita. As pesquisas não traduzem os hábitos e gostos de forma fiel, mas esboçam o perfil do leitor de um veículo popular. (AMARAL, 2006, p. 60)

A vertente compreendida pelo Jornalismo Comunitário implica sobre o ponto de vista dos conteúdos. Jornalismo Popular e Jornalismo Comunitário constituem uma relação tênue, ambos trabalham a linguagem pessoal, com vistas a uma comunicação democratizada, possuem o mesmo foco de abrangência: a presença mais acentuada da comunidade na tomada de decisões, mas diferem quanto a qualificação dos redatores para trabalhar com as notícias. No Jornalismo Comunitário, são os próprios moradores que redigem os textos, julgando pela forma que lhes parece correta a apresentação dos fatos. São eles que também elaboram a comunicação visual do jornal, e encontram na Associação de Moradores, o principal canal de reivindicação do bairro.

Em *Comunicação Popular – Perfil, História e Alternativas das falas de um povo*, os professores da Universidade de Caxias do Sul, Olivar Maximino Mattia e Valentim Angelo Lazarotto apresentam a comunicação alternativa como oposição aos poderes instituídos, que se sustenta na modificação social como forma de os grupos minoritários exercerem o próprio poder.

A comunicação alternativa não depende do meio utilizado para efetivá-la. Não importa se ela se utiliza de um alto-falante nas ruas de um bairro, ou de uma rádio que atinge o Estado inteiro. Ela é alternativa a medida que se transforma em instrumento opcional de um grupo de pessoas ou de um setor social que transmite uma mensagem destinada à mudança. (MATTIA E LAZAROTTO, 1996, p. 92)

Sobretudo, o elemento essencial na caracterização da comunicação alternativa e popular é o conteúdo. Uma vez que o Jornalismo Comunitário se atribui dos temas escolhidos de acordo com uma concepção de mundo e são hierarquizados pela ênfase das informações. Outro ponto a ser analisado neste tipo de publicação é que os moradores não visam a continuidade do processo de comunicação. Produzem o informativo para divulgar notícias de relevância para a comunidade e depois estagnam por falta de recursos para a impressão do material. O processo interrompe ou é recolhido por organismos que se sintam afetados pela publicação.

A preocupação do Jornalismo Comunitário torna-se então, gerar receita para cobrir os custos de produção e impressão do jornal. Sobretudo, mostrar que é independente, ou seja, não estar vinculado a nenhum grupo político ou econômico. A proposta precisa ainda, revelar o pluralismo de opiniões, criando um canal aberto às mais variadas posições ideológicas dentro de uma comunidade.

Em contrapartida, o Jornalismo Popular se apropria de organismo de comunicação do local, para fomentar a produção de notícias, como escolas, creches, igrejas, postos médicos, centros comunitários, etc; para dar o tom da publicação e direcionar o tratamento das pautas. E tendo domínio das técnicas de apuração e produção de informações, o jornalista do segmento popular consegue prender a atenção do leitor para as chamadas de capa, a distribuição de fotos e textos, a prestação de serviços e por consequência gera

confiabilidade com os anunciantes do local – potenciais patrocinadores para a manutenção do jornal.

Jornais comunitários tratam especialmente de convocações para reuniões, mutirões, ações educativas e atividades *na* comunidade e *para* a comunidade. Outra característica importante, é que os jornais comunitários não possuem o objetivo de entreter e instruir o leitor, somente informá-lo.

O Jornalismo Comunitário não significa efetivamente uma atividade desprovida de técnicas metodológicas, muito menos o isolamento às camadas populares. Ele constitui um projeto editorial interessante, pois apresenta a fragilidade das contribuições sociais. A partir da leitura de um texto produzido pela comunidade, o jornal incita o desejo de mudança, mobiliza o cidadão e consegue aumentar o sentimento de preocupação das pessoas com o seu bem-estar e o dos outros. Contudo, salientam MATTIA E LAZAROTTO (1996) a comunicação permanente precisa estar na pauta das reuniões da Associação de Moradores para que se mantenha a motivação da comunidade sobre a publicação, o que não representa uma tarefa fácil.

À medida em que os problemas mais urgentes são resolvidos, á medida que os problemas de mais difícil solução não conseguem ser resolvidos, a motivação do grupo baixa e a comunicação torna-se mais difícil (...). Nesse momento, a criatividade é fundamental. As pessoas tem dificuldade de se reunir em torno do vazio, elas precisam de fatos concretos para se mobilizar. E esses fatos devem ser constantemente recriados. Isso depende, evidentemente, em grande parte da capacidade criativa da diretoria da Associação. (MATTIA E LAZAROTTO, 1996, p. 119)

A criatividade da qual os autores mencionam significa que a comunidade precisa saber interpelar assuntos. Economia doméstica, violência e saúde são assuntos que não “esfriam” facilmente e podem ser explorados de diversas maneiras. “Não há alternativas: ou as entidades sabem interpretar as novas situações, ou são deixadas de lado”, afirmam os autores.

HISTÓRICO DO BAIRRO

Com a instalação do governo do Território Federal do Amapá, foi construído no local, o primeiro presídio de Macapá. Na mesma época, as famílias que residiam no espaço participaram do processo de crescimento do lugar que um dia se chamaria Beiroi.

O nome do bairro originou-se de um antigo paredão que existiu naquela região no final do século XX, e servia de referência para que os artilheiros da Fortaleza de São José praticassem tiro-ao-alvo, usando os centenários canhões da fortificação. Os exercícios de tiro-ao-alvo eram praticados em dias de Santos e em comemorações cívicas.

A primeira Igreja do bairro foi construída pela comunidade com o apoio do Padre Franco de Benedetti, que aproveitou restos de telha e madeira da Capela de Santa Terezinha, situada no bairro que hoje é conhecido como Jardim Marco Zero. Os trabalhos teriam sido iniciados em 14 de Junho de 1964, com o levantamento de um Cruzeiro no lugar da Capela. A primeira missa na Capela São Pedro foi celebrada no dia 29 de Novembro daquele ano. Em 1974, a comunidade do bairro ganha uma nova igreja, construída em alvenaria e em 1978 é construída a Sede Social da Paróquia.



Figura 1: Mapa da cidade de Macapá, com o bairro do Beiril ao centro e outras regiões que constituem a Zona Sul.

CONSTRUINDO UM JORNAL

Todo o processo de construção do produto se deu a partir da escolha do bairro, os critérios basearam-se primeiramente na questão da história e tradição do local como também a relação dos moradores com o senso de pertencimento ao lugar.

Entre os cerca de 60 bairros existentes no município de Macapá, a pesquisa apontava o Beírol com uma característica peculiar em relação ao demais. Foi considerado nos primeiros anos de fundação “o bairro das Comunicações”, por abrigar as antenas de sinal via satélite da Empresa Brasileira de Telecomunicações (EMBRATEL) e ainda, o parque de transmissão da Rádio Difusora de Macapá, que gera o sinal da emissora para todas as cidades da região Amazônica, alcançando também o Suriname e Guiana Francesa.

Para se conhecer o perfil da comunidade, e o veículo de comunicação que seria mais adequado a traduzir os anseios dos habitantes do Beírol, utilizou-se o método do levantamento de dados por meio de questionários. De acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), a região possui aproximadamente 8 mil moradores. Como parâmetro para a análise das respostas obtidas por meio de questionários, foram entrevistadas cerca de 200 pessoas, de diferentes sexos, faixas etárias e classes sociais em todas as extremidades do Beírol.

Adotou-se para esta pesquisa arquivos de jornais, documentos oficiais, que embora escassos, ajudaram a relatar um pouco da memória do lugar. Observou-se que apesar de os moradores estabelecerem forte relação com o local, eles não se preocuparam em guardar registros do período de fundação do bairro, como fotos, datas e outros documentos que pudessem contribuir com o desenvolvimento desta pesquisa. Tampouco o acervo público detém esse tipo de informações. Desse modo, recorreu-se a entrevistas com os moradores antigos e os que residem atualmente, no sentido de remontar traços constitutivos do lugar.

A escolha do jornal impresso como o veículo que caracterizasse a realidade do bairro foi sustentada a partir das necessidades que os moradores tinham em conseguir uma mídia que falasse direto à comunidade e ao mesmo tempo fosse utilizada como fonte de pesquisas. Diferentemente de mídias como a TV e o rádio que se destacam pela agilidade na divulgação dos fatos, o jornal impresso recebeu maior aceitação da referida comunidade

pelo recorro visual da proposta e garantiu a preferência dos entrevistados durante a sondagem. Mais uma vez, o jornal popular reforça as suas nuances, quando relaciona os gostos individuais como pertencentes a um produto de interesse coletivo. A comunidade almejava se ver nas páginas de jornal e participar do processo de transformação do bairro.

A partir dessas informações surgia então o desafio de adaptar a linguagem do Jornalismo Popular aos moldes da comunidade do Beírol, detentora de forte apego a religiosidade, formação moral e preceitos familiares; o que direcionou maior responsabilidade na confecção do produto. Após este trabalho surge a necessidade de se elaborar a identidade visual do impresso, capaz de gerar a proposta do jornal e de provocar a aproximação com o leitor.

Assim, tanto o nome do produto precisaria ser acessível quanto a logomarca desenvolvida para o bairro. Desse modo, elaborou-se a arte para o jornal que seria denominado “Beírol Notícias”. A aplicação das cores verde e preta, seguida do branco vazado foi proposital. Segundo o publicitário Maurício Melo, responsável pela criação da logomarca “o verde e o preto imprimem o tom de seriedade a publicação, proporcionando tranquilidade e agilidade a leitura”, disse. O slogan da proposta também deveria atrair a atenção do público para um convite à leitura. “O que acontece no seu bairro você lê aqui”, trouxe como ponto, legitimar a participação do leitor na publicação.



Figura 2: Proposta de logomarca para ser aplicada a primeira edição do jornal

Mas era preciso ainda, remeter o produto a um signo semiótico característico do lugar: o desenho de uma das antenas da Empresa Brasileira de Telecomunicações (EMBRATEL), considerado pelos historiadores amapaenses Edgar Rodrigues e Hermano Araújo, um dos patrimônios imateriais da comunidade do Beírol.

Semiótica é a ciência da linguagem que investiga a interpretação do mundo a partir da manifestação de formas sociais de comunicação como a dança, música, códigos alfabéticos, interações, movimentos, gestos, expressões, jogos, fenômenos e sensações.

Traduzir para um nível de compreensão bem simples a visão geral de um pensamento e de uma teoria que pulsam em complexidades e desbordam de muito, o campo mais estrito de minha própria capacidade. (SANTAELLA, p. 22, 2006)

De posse dos questionários que foram aplicados com a comunidade, foi possível compreender quem seria o público leitor do jornal “Beirol Notícias”. A construção desses dados foi decisiva para direcionar a linha editorial da publicação, a articulação das pautas e os assuntos que despertavam interesse da comunidade. Era preciso traçar um perfil sócio-econômico do leitor, a fim de estabelecer considerações sobre o seu estilo de vida. A pesquisa denotou que a maioria dos residentes no Beirol é composta por servidores públicos e trabalhadores da iniciativa privada.

Foi importante também, identificar a faixa etária do público a quem seria destinada a publicação. A partir do gráfico abaixo foi possível constatar que a comunidade é composta por adultos (46 a 60 anos) e por uma população jovem, correspondente à faixa etária dos 16 aos 35 anos (identificada em dois percentuais idênticos).

A sondagem com os moradores também buscou reconhecer em que grau de escolaridade estariam inseridos os leitores da publicação. Cerca de 34% dos residentes concluíram o Ensino Médio.

E dentro destes parâmetros foi levado em conta ainda, o valor da renda familiar dos moradores, a maioria trabalhadores da iniciativa privada e do funcionalismo público.

No sentido de reconhecer o grau de identificação dos habitantes com o lugar, a pesquisa apontou ainda o tempo de permanência dos moradores no bairro. E revelou que a boa parte deles reside no local há mais de 20 anos (33%).

E a partir do tempo de residência, como este dado implicaria na auto-estima da comunidade do bairro.

Com mais de 20 anos de residência, este público adulto, instruído, conheceria a história do lugar aonde mora? Mais da metade dos entrevistados (54%) afirmou não conhecer a história do bairro.

O segundo módulo da sondagem, questionou os moradores quanto ao formato da publicação. O que deveria conter um informativo que falasse especificamente para aquela comunidade? Assim, os residentes opinaram quanto ao tamanho do informativo.

Sobre o tamanho do produto, a pesquisa apontou o formato pequeno (41%), como o mais adequado na preferência dos moradores. Em outro enunciado, relativo ao tamanho do texto apresentado na publicação, a comunidade do Beírol não queria somente um texto ágil e simples, queria também um texto curto, que facilitasse a leitura e o grau de compreensão da notícia. Em uma margem muito próxima, há ainda os leitores de textos médios, que

justificam a escolha por que acreditam que este formato pode sintetizar uma abordagem mais eficiente da pauta.

No planejamento gráfico, a pesquisa levantou a importância da fotografia no impresso. E de forma ela traduz o efeito visual do material produzido.

O resultado revelou que os moradores do bairro consideram a disposição de fotos no jornal, um elemento importante (53%). Sobretudo, se a imagem estiver de acordo a matéria, o grau de credibilidade se eleva.

Diante do levantamento que teve como meta buscar o grau de aproximação com o público, atestou-se os parâmetros que norteariam a publicação de forma a atender a preferência da comunidade.

Assunto	CLASSIFICAÇÃO	
	Muito Importante	Importante
Polícia	56%	24%
Sexo	16%	38%
Saúde	79%	13%
Educação	82%	8%
Esportes	22%	40%
Beleza	20%	27%
Jogos/ Games	7%	14%
Pesquisa Científicas	52%	33%
Cidadania	66%	21%
Religião	57%	24%
Automóveis	9%	19%
Política	33%	39%

Música/ Cinema/ Artes	17%	49%
Economia	39%	46%
Família	83%	16%
Culinária	16%	41%
Garoto (a) da Capa	8%	16%
Meio Ambiente	53%	39%
Chamadas de Emprego	79%	12%
Anúncios	61%	24%
Informática	19%	44%
Outros	9%	7%

CONFECCÃO E DISTRIBUIÇÃO DO PRODUTO

No dicionário Aurélio, a palavra notícia (do latim *notitia*) significa a descrição do fato ocorrido, manifestação da inteligência humana, simples forma de representação da realidade. Sobretudo a notícia remete a uma reflexão de seus efeitos, que ao serem divulgados passam a interferir na conduta de um determinado grupo, dessa forma, a responsabilidade no trato com a informação perpassa pelo controle de quem tem o poder de manipulá-la para um direcionamento positivo ou não, do qual tamanha carga recai sobre a linha editorial do produto jornalístico quando sai das redações. “Assinalar os fatos que vão virar notícia integra-se, portanto, ao rol de atribuições diárias do jornalista”, afirma JORGE (2008).

Mas é importante questionar o que de fato chama a atenção dos leitores. E essa avaliação jornalística transforma o fato em notícia ou o fato só vira notícia quando publicado? Os critérios de noticiabilidade no Jornalismo Popular não compõem os mesmos elementos que determinam o que será ou não divulgado no jornal comercial.

Para ser vendida, a informação noticiada no veículo popular precisa: apresentar o texto de forma didática, sem perder o contexto e profundidade. Agregar o conceito de responsabilidade social da imprensa (assumindo os efeitos sociais das informações que divulga) e ampliar o conhecimento do leitor, a partir de uma concepção individual para um ponto de vista coletivo.

Na seleção de pautas do jornal “Beirol Notícias” foram considerados os assuntos de maior relevância para os habitantes do local. Com destaque para as editorias de Educação, Saúde, Chamadas de Emprego, Família, Religião e Cidadania.

O intuito da primeira edição do jornal, também centrou na formação didática dos residentes sobre a história do lugar, compreendendo matérias com enfoque para os personagens anônimos da comunidade, que legitimam a fala dos moradores. Foi ainda reservado um espaço na publicação para os informes da Associação de Moradores, que caracteriza como um dos fortes canais de comunicação da comunidade com os seus interesses, a coluna foi denominada “Comunidade em Ação”.

Assim, a construção dos textos teve o seguinte raciocínio, levando em consideração as manchetes com títulos chamativos, um texto curto e de fácil compreensão:

CHAPÉU: MUDANÇA

TÍTULO: Dentinho sorri para o Beirol

SUB-TÍTULO: Presidente da Associação de Moradores apresenta trabalhos realizados em 2 anos

TEXTO:

Com a vinda de empreendimentos comerciais ao Beirol, a contratação de mão-de-obra local, a chegada de novos moradores e o crescimento do espaço de residências foi responsável por definir um novo momento pelo qual o bairro passava. Era necessário definir um grupo de pessoas que ficasse responsável por defender os interesses da comunidade. Desse modo nasceu a Associação de Moradores do Bairro do Beirol – AMBB.

Quando assumiu a presidência da Associação, José Maria Nunes de Matos conhecido como Dentinho, e a nova diretoria da Associação tinham como prioridade algumas ações que se fossem implantadas em curto prazo, garantiriam desenvolvimento ao bairro e melhor qualidade de vida aos moradores.

Dentre algumas dessas propostas estavam o asfaltamento de toda a extensão da rua Hamilton Silva, para que diminuísse o fluxo de veículos nas ruas Leopoldo Machado e Jovino Dinoá. Construção de pontes de concreto nas avenidas que interligam o Beírol ao Buritizal, e posterior pavimentação e iluminação do canal. E ainda, pavimentação e asfaltamento da Rua Manoel Eudócio Pereira no trecho que ainda não estava concluído. Sinalização do trecho da Av: Pedro Lazarino com Leopoldo Machado, responsável por grande parte dos acidentes de trânsito que ocorriam no bairro.

ENTERTÍTULO: Conquistas da Associação

A primeira parte das reivindicações da Associação foram atendidas. A tarefa agora é outra, assegurar que os serviços apresentados às secretarias estaduais e municipais de Macapá sejam realizados. Como a construção do Centro Poliesportivo e do Centro Comunitário, validados pelo governo do Estado.

Além da implantação do Ensino Médio na Escola Estadual Zolito Nunes e a reestruturação do Posto Médico São Pedro com atendimento 24 horas.

BOX: HISTÓRICO DA ASSOCIAÇÃO DE MORADORES

A Associação de Moradores do Beírol foi fundada em 30 de Junho de 1985.

1985-1987: Presidente JOÃO BOSCO DA SILVA

1988-1991: Presidente RAIMUNDO PELAES PANTOJA

1990-1991: Presidente JOSÉ AMIRALDO DE OLIVEIRA

1992-1993: Presidente MANOEL VALDOMIRO PINTO DA SILVA

1994-1995: Presidente ANA PAULA FERREIRA

1996-1997: Presidente MARIA DJANIRA DOS SANTOS RODRIGUES

2008-2009: Presidente JOSÉ MARIA NUNES DE MATOS

ATUAL DIRETORIA

Vice- Pres. ALDO BALIEIRO MACHADO

1º Secretário: LAÉRCIO MENDONÇA GÓES

2º Secretária: NAZARÉ ALMEIDA BARROS

1º Tesoureiro: PAULO SÉRGIO BEZERRA NASCIMENTO

2º Tesoureiro: LUIZ GUEDES

O texto seguinte descreve a relação dos moradores com o período de fundação do bairro. O sentimento de apego, as lembranças e as recordações.

CHAPEÚ: MEU BAIRRO, MINHA HISTÓRIA

TÍTULO: Moradores contam o início de tudo...

SUB-TÍTULO: O presídio que passou a se chamar Beirol, originou também o nome do bairro

TEXTO: A edição de nº 4231, de 30 de Julho de 1984, do Diário Oficial do Território Federal do Amapá, publicava a lei de nº 207/84 – PMM, que oficializava a Criação dos Bairros de Macapá.

O prefeito daquele ano, Murilo Agostinho Pinheiro, indicava no documento, a delimitação do bairro:

“Inicia no cruzamento da Rua Odilardo Silva com a Av: 13 de Setembro, seguindo por esta no sentido Oeste até a rua Manoel Eudócio Pereira, seguindo por esta no sentido Sul até o limite do projeto Jardim Equatorial. Seguindo o contorno Oeste até a Rodovia Juscelino Kubistchek, seguindo por este no sentido Leste até a via de acesso a Praia do Araxá, seguindo nesta até a Beira Mar. Seguindo a partir daí no sentido Norte até a linha de seguimento da Av: Caramuru, seguindo nesta até a Rua Odilardo Silva. E em sentido Norte até encontrar o ponto inicial”.

De lá para cá, muito tempo se passou. As fronteiras do bairro cresceram e os moradores que ajudam a contar a história do bairro, foram reduzindo. O aposentado Manoel Bezerra, de 80 anos foi um dos desbravadores do bairro. Atuou na construção do presídio que denominou o bairro, nas obras do quartel da Polícia Militar e ainda, auxiliou o bispo da época a conseguir o terreno que hoje situa a Igreja de São Pedro, padroeiro do Beirol. “A gente tinha que acordar às 5 da manhã aos domingos para assistir a Missa na Igreja de Nossa Senhora da Conceição, no Trem. Era muito difícil para gente por que o caminho era cheio de mato, lama. Aí um dia a comunidade chegou com o bispo da época e pediu que ele conseguisse um terreno aqui no bairro mesmo, que os moradores iriam construir a Igreja”, lembrou o aposentado.

Uma outra figura importante que ajuda a contar a história do bairro é a senhora Maria Farias, de 76 anos. Quarenta deles morando no Beirol, nas mediações da rua Jovino Dinoá, em frente ao terreno que por mais de 18 anos instalou as torres de transmissão via satélite da Empresa Brasileira de Telecomunicações (EMBRATEL). A aposentada recorda do dia em que as torres foram retiradas no terreno. “Todos os dias eu abria a janela de casa e via aquelas torres bonitas, enormes, brilhosas... Quando tiraram do terreno aí da frente parecia que tinham levado alguém da minha família”, disse emocionada dona Maria.

Como o terreno pertence a União, o governo estadual adquiriu recursos para a construção do condomínio que vai abrigar os moradores do bairro Mucajá.

Outro detalhe importante coletado durante período de entrevistas com os moradores foi a regularidade na aquisição dos impressos locais, 58% dos entrevistados afirmaram que lêem jornais locais, enquanto 42% informaram não ter interesse. Sobre a frequência de

leitura dos moradores, 42% disseram que lêem uma vez por semana, 24% a cada 15 dias, 18% uma vez por ano, e 9% afirmaram que lêem todos os dias.

Uma dos motivos citados pela comunidade que inviabilizam a atração pelos jornais comerciais é fato de boa parte deles publicarem somente algumas páginas coloridas. Para os moradores do Beiröl, é preciso que a publicação abuse de imagens coloridas para seduzir o leitor (e não-leitor) de jornais impressos.

Dentro desta perspectiva, o “Beiröl Notícias” apresentou o recurso da utilização de mais de uma fotografia em cada matéria, e a edição do jornal toda em policromia, para satisfazer o leitor. A confecção do jornal compreendeu um total de 8 páginas, impressas em papel sulfite (63g) formato 42x30, ou como é conhecido do meio jornalístico, formato de boletim informativo.

AMARAL (2006) frisa ainda, que para atrair a atenção do leitor, os jornais populares utilizam-se de estratégias como sorteios e promoções, como o recurso utilizado pelo jornal Diário Gaúcho. “O jornal apresenta-se no formato tablóide, circula em cores e tem uma de suas estratégias a realização de promoções. Na época de seu lançamento, a população foi convidada a escolher o nome do jornal, num concurso que tinha como prêmio um carro zero e que contou com mais de 500 mil votos” (AMARAL, 2006, p.80).

No caso do “Beiröl Notícias”, por se tratar de um projeto experimental, a promoção sugerida foi o sorteio de três cortesias para o Cinema com direito a acompanhante. Ainda compondo a promoção, o leitor precisaria preencher um cupom contendo perguntas a respeito da publicação, como manuseio, matéria que mais se identificou, sugestões de pauta para edições posteriores.

A distribuição dos exemplares obedeceu um planejamento que compreendeu as extremidades do bairro, em que pontos comerciais, lan houses, açougues, panificadoras e mercantis facilitariam o acesso da comunidade ao produto.

RELIGIOSIDADE

São Pedro, o Santo padroeiro do Beiril

Os devotos de São Pedro fazem questão de manter o nome do padroeiro em estabelecimentos comerciais espalhados pelo bairro, como panificadoras, lavanderia, mini botes e mercearias.

O proprietário da panificadora que já atua no bairro há mais de 10 anos, Manoel Lustrô de Oliveira, explica o porquê da escolha do nome: "Eu nasci na cidade de São Pedro, interior do Rio Grande do Norte, e resolvi fazer uma homenagem à minha cidade. Naquela época eram poucos os locais que tinham o nome "São Pedro", disse o comerciante.

Já a Marmoraria e a Mercadoria de mesmo nome situadas também na rua Leopoldo Machado, carregam o nome "São Pedro" por que os donos frequentam a Igreja do bairro ou se identificam com o santo protetor do Beiril.

Mesmo quem não seja devoto do santo padroeiro, certamente já participou de alguma das programações realizadas pelos grupos católicos da Igreja. Como a tradicional festividade que acontece no dia 29 de junho, na quadra da paróquia e se processões da Semana Santa e do domingo de Ramos.

Afé no Padroeiro

Boa parte dos moradores do Beiril são católicos. Frequentam as missas aos domingos, levam a família às celebrações eucarísticas e



A Igreja São Pedro do Beiril, construída há mais de 50 anos, possui uma relação de proximidade com a paróquia e os moradores locais.

Os moradores mais antigos acreditam que a escolha pelo Santo Padroeiro tenha sido aleatória, sugerida pela Prelazia (atual Diocese de Macapá) em meados da década de 50, período de instalação da paróquia. O fato é que hoje, o bairro

Horários das Missas

Segunda-feira - 19h30
Domingos - 07h30 e às 19h00



VÁLIDO SOMENTE
PARA O CINE MACAPÁ

O PRIMEIRO JORNAL DE BAIRRO A LEVAR VOCÊ MAIS UM ACOMPANHANTE PARA O CINEMA!



FOTOGRAFIA: VALDINEIROS DA SILVA



O QUE ACONTECE NO SEU BAIRRO VOCÊ LÊ AQUI

PROJETO EXPERIMENTAL DO CURSO DE JORNALISMO DA FACULDADE SEAMA ANO 1 - EDIÇÃO 1 - NOVEMBRO DE 2009

ATÉ QUE ENFIM!

Moradores ganham Complexo de Lazer

Já está disponível o recurso de mais de 2 milhões de reais para construção da praça de um dos bairros mais antigos de Macapá



Escola Zolito Nunes

Durante o mês de novembro aconteceu a 12ª Edição do Festival de Música e Dança Estudantil. Entre as atrações, o evento contou com a participação do cantor paraense Pinuça. Confira a classificação do Festival.

Pag. 05

Meu bairro, minha história

Moradores do bairro ajudam a contar a história do lugar que servia como treinamento para os artilheiros da Fortaleza de São José praticarem tiro ao alvo. E depois sediou o primeiro presidio de Macapá, chamado Beiril.

Pag. 04



EDITORIAL

A voz da comunidade

EXPEDIENTE
Beiril Notícias é uma publicação de caráter experimental do 8º período do curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo. Sugestões, críticas e comentários, endereço virtual: beirilnoticias@yahoo.com.br

Diagramação
Givanildo Bandeira
Logomarca
Maurício Melo
Fotos
Stefanny Marques
Textos
Stefanny Marques
Marco Antônio Araújo
Revisão
Roberta Sheibe
Colaboração
Edgar Rodrigues
Associação de Moradores do Beiril

Todos já ouvimos falar em políticas públicas, mas poucas pessoas sabem na verdade do que se trata. E se não sabe o que é, também não sabe da necessidade de ficar atento a essas ações. Se elas acontecem, se estão, ao menos, sendo elaboradas com a participação de alguns segmentos da sociedade.

Neste momento propício é que se inicia o Beiril Notícias. Este informativo democrático que se propõe não apenas repassar à comunidade todas as ações destinadas ao bairro, motivadas por essas políticas, mas, acima de tudo, ficar em constante atenção para que se crie um fórum popular permanente de atuação junto aos órgãos que se comprometem com a qualidade de vida de cada cidadão do bairro.

E o informativo nasce justamente no bairro que ainda carrega consigo a história de ter sido o Bairro das Comunicações, e por este motivo, a antiga antena da EMBRATEL foi escolhida para ser a identidade visual do jornal.



Girando pelo bairro



DIA DE LAZER PARA ESTUDANTES NO CENAP

Uma semana de lazer e diversão. Foi que propôs o Centro de Aprendizagem do Amapá - CENAP. Os alunos participaram de oficinas de cinema, poesias, dança, pintura e atividades esportivas. No sábado em que se encerrou a programação, a escola que atende alunos de 1ª a 4ª séries nos dois turnos, realizou um concurso de b-boys (Hip Hop), premiação dos torneios de quadra e futebol, além da distribuição de doces e pipoca.



CAMINHADA PELA PAZ NO TRÂNSITO

A escola Municipal Tia Madalena realizou uma caminhada pelas ruas do bairro. Crianças de 4 a 6 anos levaram faixas, perfis e cartazes alertando sobre os perigos no trânsito e as causas no número de acidentes. Os alunos fizeram o percurso pela Rua Leopoldo Machado. A participação dos pais dos alunos na ação foi fundamental para motivar as crianças e colaborar com o trabalho da escola.

COMUNIDADE EM AÇÃO

Dentinho sorri para o Beiril

Com a vinda de empreendimentos comerciais ao Beiril, a contratação de mão-de-obra local e o crescimento do espaço de residências foi responsável por definir um novo momento pelo qual o bairro passava. Era necessário definir um grupo de pessoas que ficasse responsável por defender os interesses da comunidade. Desse modo nasceu a Associação de Moradores do Bairro do Beiril - AMBB.

Quando assumiu a presidência da Associação, José Maria Nunes de Matos, conhecido como Dentinho, e a nova diretoria da Associação tinham como prioridade algumas ações que se fossem implantadas em curto prazo, garantiriam desenvolvimento ao bairro e melhor qualidade de vida aos moradores.

Dentre algumas dessas propostas estavam o asfaltamento de toda a extensão da rua Hamilton Silva, para que diminuísse o fluxo de veículos nas ruas Leopoldo Machado e Jovino Dinao. Construção de pontes de concreto nas avenidas que interligam o Beiril ao Burtizal, e posterior pavimentação e iluminação do canal. E ainda, pavimentação e asfaltamento da Rua Manoel Eudócio Pereira no trecho que ainda não estava concluído. Sinalização do trecho da Av. Pedro Lazarrino com Leopoldo Machado, responsável por grande parte dos acidentes de

transito que ocorriam no bairro. Conquistas da Associação

A primeira parte das reivindicações da Associação foram atendidas. A tarefa agora é outra, assegurar que os serviços apresentados às secretarias estaduais e municipais de Macapá sejam realizados. Como a construção do Centro Poliesportivo e do Centro Comunitário, validados pelo governo do Estado.

Além da implantação do Ensino Médio na Escola Estadual Zolito Nunes e a reestruturação do Posto Médico São Pedro com atendimento 24 horas.



HISTÓRICO DA ASSOCIAÇÃO

A Associação de Moradores do Beiril foi fundada em 30 de junho de 1985

1985-1987: Presidente JOÃO BOSCO DA SILVA
1988-1991: Presidente RAIMUNDO PELAES
1991-1992: Presidente JOSÉ AMARALDO DE OLIVEIRA
1992-1993: Presidente MANOEL VALDOMIRO PINTO DA SILVA
1994-1995: Presidente ANA PAULA FERREIRA
1995-1997: Presidente MARIA DJANIRA DOS SANTOS RODRIGUES
2000-2003: Presidente JOSÉ MARIA NUNES DE MATOS

ATUAL DIRETORIA
Vice-Pres. ALDO BALIEIRO MACHADO
1º Secretário: LAERCIO MENDONÇA GÓES
2º Secretário: NAZARE ALMEIDA BARROS
1º Tesoureiro: PAULO SERGIO BEZERRA NASCIMENTO
2º Tesoureiro: LUIZ SUEDES

PROMOÇÃO CINEMA A DOIS

Nome: _____
End.: _____
Fone: _____
Você é morador do bairro do Beiril? Sim () Não ()
Qual matéria lhe chamou mais a atenção no jornal?

Com relação ao tamanho, você considera o Beiril Notícias um jornal fácil de manusear? Sim () Não ()
Que assunto você gostaria que o jornal abordasse na próxima edição?

CULINÁRIA

Huuuum!!! Água na Boca

PÃO CASEIRO

(Receita enviada por Wanda Suelly, da av. Galvão, 383)

Ⓢ: 10 porções

INGREDIENTES:

- 01 Copo de óleo
- 03 ovos
- 01 Copo de açúcar
- 03 Colheres de sopa de leite em pó
- 01 Colher de sal
- 650 ml de água morna
- 03 Colheres de sopa de fermento biológico (Saf-Instant)
- 01 Kg de trigo sem fermento

Quer participar desta coluna? Envie a sua receita para JORNAL BEIROL NOTÍCIAS na Av. Amélia, nº 390, entre as ruas Leopoldo Machado e Hamilton Silva (residência do presidente da Associação de Moradores). Ou envie para o e-mail: beirilnoticias@yahoo.com.br. Não tem e-mail a sua casa prepare o prato e publicaremos junto com a sua foto na próxima edição do jornal. Participe!



MODO DE PREPARO

Despeje em uma vasilha o trigo e o fermento biológico. Em seguida, bata no liquidificador o resto dos ingredientes e misture com o trigo e o fermento. Unte a forma com manteiga e coloque a massa deixe crescer a mistura por aproximadamente 40 minutos. Depois leve ao forno para assar e sirva quando estiver com a parte de cima gratinada.

SERVIÇOS INFORMAIS

COSTURAS E CONsertos EM GERAL

MARIA GOMES DA SILVA
Fone: 9966 0505

DONA FAÇANHA

Fone: 3243 0566

NATALINA SANTOS DA SILVA

Fone: 9132 2473

CÉLIA

Av. Tupiniquins nº 308, entre as ruas Leopoldo Machado e Hamilton Silva

MANICURE E PEDICURE

AMANDA SOUZA

Av. Anhanguera nº 476, entre as ruas Leopoldo Machado e Hamilton Silva
Fone: 8135 8018

DORA, TATI E MAISE

Fone: 8111 1158/ 8129 0284/ 9145 4246

CARPINTIRO

MANOEL GOMES RODRIGUES
Fone: 9902 7950

JOSE ORIVALDO C. PALMERIM
Rua Jovino Diniz, nº 2837

RUIVALDO ABDON COSTA
Fone: 9974 8410

PAULO WILLIAM DA SILVA DIAS
Rua Hamilton Silva, nº 3037

Fone: 8122 7438/ 8902 0503

FABIO OLIVEIRA DIAS
Fone: 3241 4223

LOBATO

Fone: 9139 3248

BABÁ

KARINA RODRIGUES
Fone: 8805 7677

Fone: 8111 1158/ 8129 0284/ 9145 4246



● AULAS DE CARRO E MOTO COM PROFISSIONAIS CAPACITADOS

● FROTA DE VEÍCULOS NOVOS

● SALAS CLIMATIZADAS

● MATERIAL APOSTILADO

CONSULTE Nossos PACOTES

PROMOÇÕES PARA PRIMEIRA HABILITAÇÃO

Av. Timbiras, 4212 - Beiril entre Leopoldo Machado e Jovino Diniz

Fone: (96) 3241-5034

LAZER E CIDADANIA

Praça do Beiril pode ser entregue até março de 2010

Já pensou ter um lugar para se divertir no final da tarde com os amigos, bater aquela bolinha e ainda levar os filhos para brincar pertinho de casa? Este projeto está mais perto do que você imagina! Foi autorizada pelo governo do Estado, a construção do Complexo de Lazer do bairro Beiril.

O espaço destinado para a construção será o entorno da Fundação da Criança e do Adolescente (FCRA), na rua Jovino Diniz. O terreno possui área de 14.048,44 m² e a obra custará até R\$ 2.544,15, 14 (dois mil e quinhentos e quarenta e quatro mil, quinze reais e quatorze centavos).

O projeto original contempla a urbanização e paisagismo de toda a área. Contendo quiosques para alimentação, estacionamento, quadras de esportes, bancos de areia e parque para as crianças, campo gramado e uma enorme área verde.

"Eu considero esta a maior conquista na nossa gestão à frente da presidência da Associação de Moradores. Há tempos, o Beiril aguardava por um espaço de lazer, que a gente pudesse levar a família, praticar esportes...", comemorou Dentinho.

O presidente da Associação disse ainda, que o material necessário para o início da obra, já foi entregue no terreno da nova praça, que contará ainda com o Centro Comunitário do Beiril, em volta da praça.

Atualmente o local está fechado, a espera do material para o início da construção.

A Secretaria de Estado da Infra-Estrutura (SEINF), pretende ainda adaptar o acesso a portadores de necessidades especiais.

Uma cópia da planta baixa da praça está na panfletadora São Pedro.



Vista como ficará a praça após a construção



Uma praça será construída e Centro Comunitário em volta

AMAPÁ
GOVERNO DO ESTADO
Crie sua conta em: www.amapa.gov.br

www.amapajovem.ap.gov.br

MEU BAIRRO, MINHA HISTÓRIA

Moradores contam como tudo começou...
O presidio que passou a se chamar Beiril, também originou o nome do bairro

A edição de nº 4231, de 30 de julho de 1984, do Diário Oficial do Território Federal do Amapá, publicava a lei nº 207/84 – PMM, que oficializava a Criação dos Bairros de Macapá.

O prefeito daquele ano, Murilo Agostinho Pinheiro, indicava no documento, a delimitação do bairro:

"Inicia no cruzamento da Rua Odilardo Silva com a Av. 13 de Setembro, seguindo por esta no sentido Oeste até a rua Manoel Eudócio Pereira, seguindo por esta no sentido Sul até o limite do projeto Jardim Equatorial. Seguindo o contorno Oeste até a Rodovia Juscelino Kubitschek, seguindo por este no sentido Leste até a via de acesso a Praia do Arapá, seguindo nesta até a Beira Mar. Seguindo a partir daí no sentido Norte até a linha de seguimento da Av. Caramuru, seguindo nesta até a Rua Odilardo Silva. E em sentido Norte até encontrar o ponto inicial".

De lá para cá, muito tempo se passou. As fronteiras do bairro cresceram e os moradores que ajudaram a contar a história do bairro, reduziram. O aposentado Manoel Bazerra, de 80 anos foi um dos desbravadores do bairro. Atuou na construção do presidio que denominou o bairro nas obras do quartel da Polícia Militar e ainda, auxiliou o bispo da época, Dom José Maritano, a conseguir o terreno que hoje situa a Igreja de São Pedro, padroeiro do Beiril. "A gente tinha que acordar às 5 da manhã aos domingos para assistir a Missa na Igreja de

Nossa Senhora da Conceição, no Trem. Era muito difícil para gente por que o caminho era cheio de mato, lama. Ai um dia a comunidade chegou com o bispo da época e pediu que ele conseguisse um terreno aqui no bairro mesmo, que os moradores iriam construir a igreja", lembrou o aposentado.

Uma outra figura importante que ajudou a contar a história do bairro é a senhora Maria Farias, de 76 anos. Quarenta e dois morando no Beiril, nas mediações da rua Jovino Diniz, em frente ao terreno que por mais de 18 anos instalou as torres de transmissão via satélite da Empresa Brasileira de Telecomunicações (EMBRATEL). A aposentada recorda do dia em que as antenas foram retiradas no terreno. "Todos os dias eu abria a janela de casa e via aquelas torres bonitas, enormes, brilhosas... Quando tiraram do terreno ali da frente parecia que tinham levado alguma da 'minha família', disse emocionada dona Maria.

Como o terreno pertence a União, o governo estadual adquiriu recursos para a construção do condomínio que vai abrigar os moradores do bairro Macajá.

Dona Maria recorda da dificuldade que tinha para comprar algo da família. "A gente tinha que sair bem cedo, pegar um caminho escuro que dava até o Mercado Central", lembra. Mas dessa época ela também narra a tranquilidade do lugar. "O nosso bairro não era violento, até hoje considero que não seja, mas antes a gente conhecia as pessoas pelo nome. Eram poucos moradores que tinham aqui, e depois que foram construindo a igreja, a Polícia, o SESC", relata a aposentada.

Ela tem medo de que a segurança do bairro seja



afetada com a construção do condomínio, por conta da chegada de novos moradores.

COLABORE com esta coluna. Envie a sua história para JORNAL BEIROL NOTÍCIAS na Av. Amélia, nº 390, entre as ruas Leopoldo Machado e Hamilton Silva (residência do presidente da Associação de Moradores). Ou envie para o e-mail: beirilnoticias@yahoo.com.br. Fotos antigas, documentos ou qualquer tipo de informação que ajude a relatar o nascimento do Beiril. Ajude-nos a manter viva a identidade do bairro.



ARTE E CULTURA

Zolito Nunes canta e dança durante Festival no SESC Araxá



Apresentação artística no palco do SESC Araxá

Alunos, professores e a comunidade do Beiril prestigiaram a 12ª edição do Festival de Música e Dança Estudantil (FEMDAE) evento tradicional realizado pela Escola Zolito Nunes com o objetivo de descobrir talentos e estimular as atividades artístico-culturais. Este ano, a atração do Festival foi o cantor paraense Pinúcia.

A diversidade de sons e ritmos embalsou os jovens e conquistou a preferência de pais dos alunos. Motivados pelo desejo de se expressar através da arte, a escola recebeu mais de 200 inscritos para o Festival deste ano. Para a pré-

seleção das músicas, a escola organizou uma banca avaliadora para julgar itens como letra, composição e melodia. Já o segmento dança, contou com a análise criteriosa das professoras de Educação Física da escola, Soraya Ribeiro e Elisete Vasconcelos.

Convivida para participar do evento pela direção da escola, a reportagem do BN ouviu a diretora Silvana Duarte. "Nós saímos do espaço físico da escola este ano, para dar uma aula diferente, de dança, música, arte e cultura. E ainda, envolvendo os pais dos nossos alunos na atividade", disse Silvana.

que um dos retornos mais positivos que o FEMDAE proporcionou em 12 anos, foi a diminuição do abandono escolar. E desenvolver no aluno, a capacidade de criação, expressão oral, além da valorização das identidades locais. "Um dos requisitos para que o aluno participe do Festival é que ele seja matriculado em escola pública. O



FEMDAE constitui hoje uma das marcas da escola Zolito Nunes", ressaltou.

Além do caráter pedagógico do Festival, o evento consegue ainda difundir trabalhos artísticos que surgem em ambiente escolar, como o caso do grupo de dança da escola José Ribamar Pestana, de Santana. Pela terceira vez participando do mesmo festival, o grupo conquistou premiações em diversas modalidades, como ballet clássico e contemporâneo. E com a visibilidade do Festival eles conseguiram se credenciar para outros eventos de dança, que aconteceram em outros Estados.

CLASSIFICAÇÃO GERAL DO FEMDAE

MÚSICA

- 1º Lugar: Walcey Coqueiro Escola Zolito Nunes
- Composição: "Depois do Sol"
- 2º Lugar: Denis Muller Escola Carmelita do Carmo
- Composição: "Ajustando as Tintas"
- 3º Lugar: Elen Andreassa Escola Narmada Vespino
- Composição: "Primeiro Amor"

DANÇA FOLCLÓRICA

- 1º Lugar: Escola Augusto Antunes – Santana
- Composição: "Sou Pinúcia, eu do Pará"
- 2º Lugar: Escola Zolito Nunes
- Composição: "Tancão"
- 3º Lugar: Centro de Mobilização do Bairro Nova Esperança
- Composição: "Aquarela da Natureza"

DANÇA MODERNA

- 1º Lugar: Escola Ribamar Pestana – Santana
- Composição: "Amor de Porcelana"
- 2º Lugar: Escola Coqueiro Nunes
- Composição: "Movimento"
- 3º Lugar: Escola Coqueiro Nunes
- Composição: "Moulin Rouge"

Figura 3, 4, 5, 6: jornal produzido.

REFERÊNCIAS

AMARAL, Márcia Franz. *Jornalismo Popular*. Contexto, São Paulo, 2006.

ERBOLATO, Mário L. *Técnicas de Codificação em Jornalismo – Redação, Captação e Edição em Jornalismo*. Ática, São Paulo- SP, 2006.

JORGE, Thaís de Mendonça. *Manual do Foca – Guia de sobrevivência para jornalistas*. Contexto, São Paulo- SP, 2008.

JUNIOR, Luiz Costa Pereira. *Apuração da Notícia – métodos de investigação na imprensa*. Vozes, 2º ed., Rio de Janeiro- RJ, 2009.

MATTIA & LAZAROTTO. Olivar Maximino e Valentim Angelo. *Comunicação Popular – Perfil, História e Alternativas das falas de um povo*. EDUCS – Editora da Universidade de Caxias do Sul, Caxias do Sul - RS, 2006.

PENA, Felipe. *Teoria do Jornalismo*. Contexto. 2º ed. São Paulo- SP, 2006.

SANTAELLA, Lúcia. *O que é Semiótica*. Brasiliense, São Paulo- SP, 2006.

SILVA, Rafael Souza. *Diagramação – O planejamento visual gráfico na Comunicação Impressa*. Summus Editorial, São Paulo-SP, 1985.

FERNANDES, Francisco; GUIMARÃES, F. Marques & LUFT, Celso Pedro. *Dicionário brasileiro globo*. Globo, 31º ed, São Paulo –SP, 1993.

LAKATOS, Eva Maria & MARCONI, Marina de Andrade. *Metodologia do trabalho científico: procedimentos básicos, pesquisa bibliográfica, projeto e relatório, publicações e trabalhos científicos*. 6ª ed. São Paulo: Atlas, 2001.

A VIDA E A ARTE: A CRÔNICA-REPORTAGEM

Carolina Carvalho¹⁴

RESUMO

O presente artigo realiza um estudo dos textos escritos pela jornalista Eliane Brum no livro *A Vida que Ninguém Vê*. Neste trabalho é averiguada a questão da crônica e da reportagem como gêneros passíveis de fusão. Além disso, o estudo verifica na obra da autora as características importadas da literatura e do jornalismo. Este trabalho é fundamentado nas teorias propostas por Edvaldo Pereira Lima, Tom Wolfe, José Marques de Melo, Antonio Candido, Luiz Beltrão, entre outros. A investigação utiliza o método analítico comparativo que resulta no exame simultâneo entre o livro que constitui a obra analisada e as teorias evidenciadas, que dizem respeito aos estilos dos dois gêneros: a crônica e a reportagem. A análise aponta, no final, para os seguintes sentidos: a hibridez de dois gêneros, a utilização do belo no jornalismo e um criterioso parecer sobre uma nova variante de livro-reportagem.

Palavras-chave: Eliane Brum, crônica, reportagem, crônica-reportagem.

A literatura e o jornalismo são formas diferentes de um mesmo processo. Não existe barreira entre as duas artes, elas se entrelaçam pelo texto e pelo formato de linguagem que apresentam. Como objetos de estudo, para ratificar essa teoria proposta – da crônica-reportagem¹⁵ - serão utilizados neste artigo a crônica, que transita tanto no campo da literatura quanto no campo do jornalismo e também no da história (SCHEIBE, 2006, p. 42); e a reportagem, que contém alguns elementos híbridos, como os diálogos, as técnicas narrativas, as personagens e o narrador. Ambas têm suas particularidades jornalístico-

¹⁴Formada em Jornalismo pela Universidade de Passo Fundo.

¹⁵Termo utilizado na monografia “Um jeito de espiar o mundo: a análise das crônicas-reportagens do livro *A Vida que Ninguém Vê* da jornalista Eliane Brum”, apresentada pela autora deste artigo, em 2007, ao curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo, sob a orientação da professora Me. Roberta Scheibe.

literárias sem, no entanto, deixarem de exercer a sua função primordial de modalidades de comunicação.

É possível, portanto, desviar-se do padrão comum do texto jornalístico através da literatura. Para tanto, como enfatiza Medina e Leandro (1973, p. 39), o emprego da reportagem por meio de um caráter interpretativo resulta em um discurso enriquecedor para a imprensa: o padrão de texto não se dissipa – a clareza continua demandando moldes neutros – mas a criação artística adiciona formas mais flexíveis ao texto. É de acordo com este argumento, de linguagem criativa, que paira a crônica-reportagem, processo resultante da união da técnica literária com a captação e apuração de fatos oriundos do jornalismo.

Diante destas primeiras afirmações, é notório que a troca de elementos entre esses dois gêneros proporciona o que se chama de realismo social, ou seja, a descrição detalhada de personagens e ambientes reais. Este estilo incorpora elementos informativos à sua narrativa pela minuciosidade dos relatos; e este enfoque literário utilizado na construção das histórias abre espaço para a prática do Jornalismo Literário, que consiste no exercício da reportagem de profundidade e do ensaio jornalístico utilizando recursos de observação e redação originários (ou inspirados pela) literatura (ABJL, 2008).

Mas foi com o *New Journalism*, movimento oriundo do Jornalismo Literário nos anos 60, que esta temática ganhou força. A ficção incorporou informações reais às narrativas e grandes reportagens começaram a ser publicadas em livros. Tal trabalho pode ser encontrado no que se convencionou chamar de romance-reportagem com destaque para *Os Eleitos*, de Tom Wolfe, e *A Sangue Frio*, de Truman Capote. Na concepção de Ricardo Noblat (2003, p. 37), a missão de um jornalista é informar. Ou melhor: contar histórias. Neste contexto, o jornalismo e a literatura estão muito próximos. Evidencia-se, dessa maneira, que o *New Journalism* faz parte da evolução estilística do modo de se fazer jornalismo que procura se inspirar na literatura de realismo social, na literatura de relato e nas manifestações literárias com caráter factual e informativo, ou seja, na literatura de não-ficção, que por convenção se chama de Jornalismo Literário, qualificado pela utilização das técnicas da literatura na captação, redação e edição de reportagens.

Significativamente, qualifica-se crônica o texto leve que flui com facilidade de estilo, e que forma o elo entre o passado e o presente. Versátil e de natureza requintada, a crônica, enquanto gênero, não deve ser vista apenas como um repertório de temáticas, mas como um campo estruturado de conflitos simbólicos e imaginários, históricos e estéticos.

[...] um gênero que discute um núcleo problemático que uma sociedade deseja ou precisa pensar mas o faz de uma forma específica que não se encontra em outros campos da cultura. [...] Em outras palavras, diríamos que se esboça, assim, uma relação específica entre normas e práticas que definem o gênero da crônica: uma cultura das margens que se exprime com a lei dos letrados [...]. (ANTELO, 1992, p. 155).

Já a reportagem deve ser entendida como a melhor versão da verdade que se pode obter. Logo, os repórteres estão condenados a unir versões da verdade transmitidas pelas fontes, e organizá-las da melhor maneira possível com o máximo de sentido. É como assegura o professor Pedro Celso Campos: “Para fazer a boa reportagem o jornalista deve escapar dos limites da redação [...] porque a grande notícia tem que ser buscada, checada, conferida ali onde o homem está, no meio do povo, na rua, nas esquinas do mundo.” (2007). A reportagem só é arte quando escapa do embuste artificial da neutralidade e quando traz em sua narrativa o pleito de compreender o que se passa, característica específica da crônica.

Contudo, entendendo a crônica e a reportagem como reflexos do viver e sendo que o viver é uma aventura, e mais ainda, que a arte reflete a vida, pode-se encontrar nestes dois gêneros uma possibilidade de união. Logo, a vida e a arte andam juntas. A linha é tênue entre uma e outra. E, se a vida é mais importante do que a arte, está sancionada a importância da narrativa realista espalhada tanto no jornalismo quanto na literatura. Por isso o gênero crônica-reportagem é fundamental dentro da narrativa moderna. Esta teoria foi inicialmente proposta pela autora deste artigo na monografia de finalização do curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo da Universidade de Passo Fundo, e é ratificada neste texto. O conceito ainda não existe, mas alguns teóricos como Moacyr Scliar e o jornalista Moisés Mendes, admitem que a conexão entre os gêneros seja possível e os enquadram em Jornalismo Literário porque os textos resultantes dessa união exprimem lirismo, são poéticos. (CARVALHO, 2007, p.74). Deve-se reiterar que tanto a crônica como a reportagem, apresentam um caráter de realismo e arte. A diferença é que a crônica é uma obra mais aberta do que a reportagem. Ela aceita uma associação infundável entre linguagem, narrativa, tema e estilo.

Dentre todas as facetas do jornalismo, a reportagem é produto direto da fusão, em termos de humanização, dramaticidade e descrição. *Atualmente, um grupo de jornalistas,*

escritores e estudiosos vêm na crônica e na reportagem gêneros híbridos – em alguns momentos presos ao factual e à atualidade, mas igualmente à visão subjetiva do autor e à sua qualidade narrativa. A crônica é o espaço do efeito produzido pela apreciação do autor do texto, da interpretação e, é, também, atrelada à realidade cotidiana. Contando a ocasião vivida a crônica se fortalece como uma interpretação do real e sua matéria ficcional é baseada na realidade através de alguns métodos técnicos da prática jornalística, tais como a observação direta dos fatos, a coleta de informações em entrevistas e ainda a utilização de personagens e interlocutores que reforçam a impressão de realidade do fato narrado. (SILVA, 2002).

A crônica-reportagem é tão dinâmica que aceita pautas inusitadas. Essa possibilidade parte do convencional para o fantástico transformando o imaginário popular e assim tornando-se referência na fusão de jornalismo e literatura. Mais uma vez se concretiza a influência direta do *New Journalism*. “O repórter é fiel ao que vê, mas para transmitir os fatos utiliza-se dos recursos da ficção.” (TORRES, F., 2007).

Nesta perspectiva, Brito Broca afirma que “é difícil distinguir onde termina o jornalismo e começa a literatura, caracterizando a combinação do documental e do ficcional, que garante no texto o que pode ser chamado de estilização do fato.” (apud Santos, Joyce, 2007, p. 4). Neste sentido as palavras de Joaquim Ferreira dos Santos, comprovam a idéia de que as crônicas “são qualificadas como uma mistura de jornalismo e ficção.” (2003). O espaço da crônica é um vale tudo de estilos. O *mix* de crônica e reportagem é no fundo uma lição do *New Journalism*, porque “você não entende onde começa a crônica e a reportagem, onde é literatura e jornalismo, onde é romance e matéria.” (SANTOS, Joaquim, 2003). Para finalizar, Luiz Costa Lima complementa dizendo que “a ficção não é o oposto da verdade, mas o instrumento dela.” (1992, p. 61).

As características do jornalismo importadas da literatura

Nos tempos de hoje, espera-se algo mais da produção dos jornais e revistas: o comentário, a interpretação do fato e a análise, e que estes auxiliem as pessoas na tomada de decisões e na formação de opiniões. Segundo Manuel Carlos Chaparro “é em sua

totalidade interpretativa que o jornalismo se realiza como espaço e processo cultural.” (apud Abreu, 2006).

Nessa conexão imprescindível entre informar e interpretar, a ajuda da literatura pode ser de grande valor. Cabe ao jornalista a tarefa de ir ao encontro do teor fundamental do acontecimento, a habilidade de simbolização mais completa e plausível da realidade, e tudo isso é oferecido, em demasiado, pela literatura.

Quando um sistema novo surge, seu funcionamento é suscetivelmente delimitado pela conexão quase que completamente dependente que estabelece com um ou mais sistemas com os quais interage freqüentemente. “A conectividade entre eles acontece por uma troca, na qual certas funções de um e de outro sistema interagem.” (LIMA, 1995, p. 137). Nas palavras de Edvaldo Pereira Lima, “em termos modernos, a literatura e o jornalismo são vasos comunicantes, são formas diferentes de um mesmo processo.” (1995, p. 139).

Na visão de Lima (1995, p. 138), num primeiro momento, o jornalismo bebe na fonte da literatura. Em outro, é esta que encontra, no jornalismo, fonte para reciclar sua técnica, enriquecendo-a em duas probabilidades: a de reprodução do real efetivo, uma peculiaridade de reportagem – com qualidade literária – dos fatos sociais, e a inclusão da maneira de expressão escrita que vai aos poucos distinguindo o jornalismo, com suas marcas de precisão, clareza e simplicidade.

O jornalismo vai de encontro à literatura, são campos que provém de um cruzamento e se inter-relacionam pelo texto e formas de linguagens.

À medida que o texto jornalístico evoluiu da notícia para a reportagem, surgiu à necessidade de aperfeiçoar as técnicas no tratamento da mensagem. Assim, os jornalistas se embrenharam na arte literária para encontrar seus próprios caminhos e narrar o real. (LIMA, 1995, p. 135).

O jornalismo absorve os subsídios do fazer literário, mas altera-os e direciona-os para outro fim.

As características que o jornalismo importa da literatura, adaptando-as e transformando-as, devem-se à necessidade de se reportar aos fatos e à factualidade. A tarefa de sair do real para retratar os dados é o que aproxima o jornalismo das formas de expressões oriundas da literatura. (LIMA, 1995, p. 138).

Com base na opinião de Edvaldo Pereira Lima, de que o jornalismo pode interagir com a literatura para que as técnicas textuais avancem e que o jornalismo não se prenda à pirâmide invertida, é improvável que exista uma barreira intransponível entre o jornalismo e a literatura.

Ora, literatura e jornalismo estão tão próximos, tão ligados. O jornalismo apropria-se das técnicas da literatura e vice-versa. O jornalismo tem dado maior vivacidade à literatura moderna. Qualquer reportagem bem feita tem elementos literários. O Graciliano Ramos é uma lição de boa literatura e uma lição de jornalismo. Porque o literário não é apenas o ornamento. Graciliano Ramos explorou o despojamento, esse descarnar da linguagem. Memórias do Cárcere traz essa marca. Onde está o jornalismo? Onde está a literatura? Fica muito difícil demarcar a fronteira. (1995, p. 139).

Ao se avaliar as afinidades entre o jornalismo e a literatura, é importante que se entenda o alicerce comum, da qual ambas as práticas se detêm: a linguagem. Por outro lado a linguagem determina alguns cuidados a fim de que se extraiam elementos comuns a ambos os campos, e que, dessa forma, sirva de base para um exame de relações admissíveis. Quanto a esta afirmação, propõe-se uma observação dos elementos comuns nos produtos, já que a existência de uma identidade entre o jornalismo e a literatura está comprovada.

A linguagem é o substrato sobre o qual se pode construir uma representação do mundo. Não sua reprodução. A equivalência é impossível. Significante e referente, neste caso, jamais coincidirão. Portanto, quer na literatura, quer no jornalismo, a reconstrução do real pode chegar, no máximo, ao verossímil. Afirma-se isto e frisa-se em relação ao plano da linguagem. Isto coloca o jornalismo e a literatura numa relação de identidade a partir da materialidade da linguagem: a palavra. (DEMÉTRIO, 2007, p. 3).

O jornalismo é parte da evolução da modernidade e tem suficiente flexibilidade para consentir que outros discursos se infiltrem no seu “habitat”, neste caso, a literatura, sem, no entanto, deteriorar sua especificidade.

O “tornar-se” literatura fixa o terreno próprio do jornalismo quando este é pautado pela idéia de uma articulação de fragmentos em busca de uma totalidade do tempo presente, de sua leitura. Se a leitura do presente é a impossibilidade de seu esgotamento, já que este regime de tempo é a superfície sobre a qual emergem os acontecimentos, jornalismo e literatura vão se colocar como horizontes na relação que guardam entre si. (DEMÉTRIO, 2007, p. 5).

Denota-se a partir de tais conceitos e de acordo com o que Roberta Scheibe afirma, que existe a possibilidade de se escrever textos jornalísticos muito fiéis à realidade, mesmo

utilizando técnicas habitualmente propensas à literatura. “Para que aconteça essa interação entre o jornalismo e a literatura, é necessário que haja uma quebra de paradigmas, uma mudança estrutural e de linguagem no jornalismo.” (2006, p. 35).

O jornalismo não pode acostumar-se sem a literatura. É preciso interagir a expressividade com a inexpressividade no texto. Juremir Machado da Silva diz que “em se tratando de literatura, o inexpressivo pode ser um estilo. Em jornalismo, ser expressivo é mais do que uma exigência: um imperativo.” (apud CASTRO; GALENO, 2002, p. 51).

E essa relação entre jornalismo e literatura não aponta para uma divisão, mas para uma hibridez. Sérgio Capparelli complementa esta idéia: “os dois campos se juntam numa perspectiva de unir o maior número de leitores e estruturar uma nova e diferente linguagem no jornalismo.” (1996, p. 183).

Como diz Allan de Abreu no artigo “Da Literatura para o Jornalismo:”

A linguagem literária aplicada ao discurso jornalístico não é uma fuga, como muitos pregam: ela pode ser o único caminho capaz de levar o jornalismo à captação de uma sociedade complexa, com todas as suas contradições. Se a arte literária é exímia em captar, através de sua linguagem (a palavra-revelação) a essencialidade do ser humano, por que não transplantar essa potencialidade para o jornalismo? Afinal, não é esse também o objetivo último de toda prática jornalística? Será que o jargão dos jornais de hoje, tão simples, dá conta de captar uma realidade intrinsecamente complexa? (2006).

Nesta mesma perspectiva Marcos Faerman declara que:

O repórter está em busca da realidade. Com a sua sensibilidade. Ouvindo histórias das vidas dos outros. Sugando dos outros, a única coisa que eles têm, além dos próprios corpos, nus: uma história, a sua perplexidade, as suas dúvidas, as mínimas certezas. (1979, p. 148).

O que se tem é, de um lado, uma realidade múltipla, complexa e muitas vezes incoerente, que não se deixa abordar de forma simples. Do outro, tem-se uma linguagem monolítica que estima que, pelo seu verbo triturado em tantas edições sucessivas de jornais, conseguirá apreender a essência do fato com objetividade e transmiti-lo sem preconceitos ao leitor. “A abrangência do leque de possibilidades lingüísticas (e literárias) na reportagem permite uma maior profundidade no plano dos conteúdos, dos significados, o que só auxilia o jornalismo na transmissão de informações.” (ABREU, 2006). No dizer de Medina,

“acima de tudo, a literatura ajuda o jornalismo para que este se torne mais humano.” (1990, p. 29).

A crônica-reportagem

A crônica recebe total influência do jornalismo literário. Segundo Jorge de Sá (1985, p. 7) a Literatura Brasileira nasceu da crônica, inclusive Rangel e Ribeiro (2006, p. 7), afirmam que a crônica é o único gênero literário produzido essencialmente para ser perpetuado na imprensa, seja nas folhas de uma revista, seja nas de um jornal.

De acordo com os estudos de Coutinho (1971, p. 108), foi no século XIX que a crônica apareceu nos jornais, através de um texto que continha o resumo cronológico dos fatos aliado à ficcionalidade. Eram histórias reais contadas com características literárias. Da história e da literatura, a crônica passa ao jornalismo, sendo um gênero cultivado pelos escritores que ocupam as colunas da imprensa diária e periódica para relatar os acontecimentos pessoais. Pode-se inferir que a crônica situa-se entre o jornalismo e a literatura, e o cronista pode ser considerado o poeta dos acontecimentos do dia-a-dia.

“Em sua origem jornalística a crônica é um texto informal. E sendo assim, informal, de estilo livre, ela não perde o rigor da informação nem a qualidade lírica e/ou irônica do seu texto.” (ANDRADE apud SCHEIBE, 2006, p. 19). As características da crônica são a opinião, a leveza e a união de recursos textuais literários e jornalísticos. Ela materializa-se em texto crítico, praticando a interação entre o real e o irreal, a subjetividade do lirismo e a objetividade dos fatos.

A crônica mistura informação, imaginação, poesia e sentimento. Na sua narrativa, encontra-se um conjunto de conteúdos, reais e/ou fictícios, que aparecem no texto sob forma de lembrança. Desse modo, o texto pode transformar-se em crônica de jornal, que é a sua origem. “A crônica procura mostrar, ou indicar, o que há por trás das aparências, o que o senso comum não vê (ou não quer ver).” (MENEZES, 2002, p. 165).

Logo, a crônica oculta sofisticadas estratégias estéticas e revela uma tendência à observação e crítica dos comportamentos e acontecimentos cotidianos. Definida como um gênero híbrido, situando-se entre jornalismo e literatura, a crônica se coloca como um dos

principais canais de comunicação com a sociedade, tanto para o escritor quanto para o jornalista. Isso porque sua liberdade textual e temática traduz em seu curto espaço de jornal e revista entre outras mídias possíveis, pensamentos, acontecimentos e hábitos de vida das pessoas. Por ser um gênero colado ao tempo, a crônica se ocupa principalmente dos assuntos cotidianos, e dessa relação surge seu estreito elo com o espaço e com o seu lugar.

A reportagem também faz parte da arte de escrever, de um estilo e de uma interpretação jornalística dos fatos. Sodré e Ferrari (1986, p. 75), dizem que a reportagem jornalística é uma narrativa como a literária, que contém personagens, ação e descrições de ambientes, mas afastada desta exclusivamente por seu compromisso com a objetividade da informação. Como em muitos formatos da literatura em prosa, as principais características da reportagem são: predominância da forma narrativa, humanização do relato, texto de natureza impressionista (a subjetividade do sujeito do discurso) e objetividade dos fatos narrados.

A reportagem é provida da capacidade de modificar a construção textual (a hierarquia das informações) de acordo com as referências apreendidas pelo jornalista no assunto referido, o que demonstra que ela não é um molde fixo, mas uma narrativa expositiva que visa à efetividade da comunicação e da transmissão de informações e também da troca de emoções com o leitor. (SODRÉ; FERRARI, 1986, p. 75). Caminho que resultou no surgimento do livro-reportagem.

Edvaldo Pereira Lima enfatiza que:

Entendendo a reportagem como a ampliação da notícia, a horizontalização do relato – no sentido da abordagem extensiva em termos de detalhes – e também sua verticalização – no sentido de aprofundamento da questão em foco, em busca de suas raízes, suas implicações, seus desdobramentos possíveis –, o livro-reportagem é o veículo de comunicação impressa não-periódico que apresenta reportagens em grau de amplitude superior ao tratamento costumeiro nos meios de comunicação jornalística. Esse grau de amplitude superior pode ser entendido no sentido de maior ênfase de tratamento ao tema focalizado – quando comparado ao jornal, à revista ou aos meios eletrônicos –, quer no aspecto extensivo, de horizontalização do relato, quer no aspecto intensivo, de aprofundamento, seja quanto à combinação desses dois fatores. (1995, p. 29).

Seguindo a linha de pensamento de Lima, denota-se que o livro-reportagem como um processo da comunicação social moderna cumpre o ofício de informar e orientar com perspicácia sobre ocorrências sociais, episódios factuais, acontecimentos duradouros, situações, idéias, e figuras humanas, de maneira que ofereça ao leitor um quadro da contemporaneidade capaz de situá-lo diante de suas múltiplas realidades, de lhe mostrar o sentido, o significado do mundo contemporâneo.

O livro-reportagem prolonga ainda mais o ciclo de existência dos acontecimentos, ao partir de temas conhecidos pelo público, muitas vezes veiculados inicialmente pela imprensa cotidiana. É de se sugerir que o hábito mental criado pela audiência, ao se acostumar a acompanhar na imprensa um determinado tema, poderá fazer com que parcela dessa audiência se interesse em encontrar, no livro, a continuidade da permanência viva, palpitante do tema. Por esse processo, o livro-reportagem que ressuscita o passado recente concede-lhe uma sobrevida. (LIMA, 1995, p. 41).

O livro-reportagem também complementa o papel da imprensa cotidiana, no que se refere à universalidade.

Isso se dá tanto porque o livro amplia o conhecimento sobre um tema já divulgado pela imprensa cotidiana, como também porque penetra, por vezes, em temas pouco explorados pelos periódicos. Esses temas normalmente possuem atrativo jornalístico; são considerados pautáveis, em princípio, se quisermos aplicar um raciocínio próximo ao jargão da área. Mas por um motivo editorial qualquer, não são abordados pelas publicações de rotina. Talvez o motivo seja a falta de um segmento de público considerável, dentre a audiência preferencial do veículo, que se interesse mais a fundo pelo tema. Talvez seja seu caráter especializado. Talvez possa ser a falha momentânea do “faro jornalístico”. O fato é que o tema “escapa” à imprensa cotidiana e é absorvida no livro-reportagem. (LIMA, 1995, p.43).

Portanto, o livro-reportagem estende o papel informativo e de direção do jornalismo impresso tradicional na medida em que desvenda vácuos deixados pela imprensa, aumentando, para o leitor, a compreensão da realidade.

O Jornalismo e os Humanos Anônimos: análise das crônicas-reportagens do Livro *A Vida Que Ninguém vê* da Jornalista Eliane Brum

Dentre os 21 textos que contemplam o livro *A Vida que Ninguém Vê* foram escolhidas para este artigo duas crônicas-reportagens para a análise. São elas: *O conde decaído* e *O gaúcho do cavalo-de-pau*. Os textos são apresentados sob a forma de fragmentos que não seguem uma ordem cronológica, linear ou lógica, e que são independentes entre si. Ou seja, pode-se abrir o livro em qualquer página e ler um fragmento sem que isto prejudique a compreensão e a recepção estética da obra por parte do leitor. Os temas abordados pelos textos escolhidos são os mais diversos possíveis,

transitando entre a estátua desprestigiada que é narrada poeticamente para logo em seguida apresentar a outra face da moeda, o lado mais repulsivo da vida, a morte, caracterizando a obra como uma espécie de espelho do mundo. Há, contudo, uma harmonia entre eles, uma polifonia semelhante à do conjunto de sonoridades musicais e uma fluidez instantânea, como a da água em movimento, já que tudo é escrito no momento em que é sentido ou vivido.

Estas crônicas-reportagens revelam que há espaço para investir em segmentos alternativos, elaborando produções jornalísticas com temáticas diferenciadas. A estrutura desta análise segue um curso no qual se poderá obter algumas evidências entre a rede que interliga aspectos tanto no campo do jornalismo como no da literatura. Dois campos narrativos que suscitam a reflexão fazendo com que o leitor possa questionar os aspectos da vida.

A primeira crônica-reportagem analisada, intitulada *O conde decaído* (Brum, 2006, p. 66), trata-se da primeira estátua construída em Porto Alegre. O eternizado em mármore foi o Conde Manoel Marques de Souza, um filho das guerras, entre elas a do Paraguai. O ano era 1885, e a própria Princesa Isabel veio ao Estado inaugurar a estátua na praça que levava o nome do pai do herói, Dom Pedro II. Por 27 anos a estátua permaneceu neste lugar. Em 1889, com a Proclamação da República, Dom Pedro II foi destituído do posto que ocupava, e a praça de todos os poderes passou a chamar-se Marechal Deodoro. E o que dizer sobre o Conde? Este, teve que ceder o lugar cativo ao republicano Júlio de Castilhos em 1912.

Ele está lá. Quase ninguém vê, mas está. A maior lição sobre a relatividade do poder. A fugacidade da fama. A efemeridade da glória. Ele, o Conde de Porto Alegre. Manoel Marques de Souza. Terceiro varão de uma dinastia de centauros de espada em riste. Parido na guerra, pela guerra. Engatinhando nas poças de sangue dos campos de batalha, a pele do rosto feita couro pelos ventos do pampa. Aos 13 anos despedindo-se da casa da mãe para se entreverar com os castelhanos. Aristocrata da guerra, virou barão, visconde e por fim um conde, os dois últimos na Guerra do Paraguai. Morreu embebedado em dores e feitos, a mortalha bordada de galões e medalhas. E era tão importante, mas tão importante, o nome estendido como um pelego de brios sobre as coxilhas do Rio Grande, que mereceu a primeiríssima estátua cravada na mui leal e valorosa Porto Alegre. Título, aliás, que ele conquistou para a capital ao arrancar a cidade dos arcabuzes farrapos. [...] Pois então. Não foram 15 segundos de fama como uns e outros e, mesmo assim, onde acabou? Num insignificante triângulo entre a Duque de Caxias e a Riachuelo, batizado com seu pomposo nome. Sei lá quem é aquele

velho, irrita-se o mendigo do lugar. Quem diria. O Conde! O Conde! Reduzido àquele velho... Ele, que partia para a batalha como se fosse para um salão de baile. Marchava para o combate de luvas brancas. Agora com a sobrecasaca de guerra coberta de limo, a mesma que a lenda conta ter as abas 47 vezes perfuradas pelas balas inimigas na segunda batalha de Tuiuti. O conde, acostumado ao cheiro do sangue derramado pela pátria, condenado agora ao fedor do mijo. Porque sim, urinam na estátua do conde. Cheiro tão forte e tão constante que, mesmo que lhe reste ainda algum admirador, não haveria como chegar perto. O conde cheirando como um zorrilho. (BRUM, 2006, p. 66-67).

Percebe-se nesta passagem uma decisiva alteração no modo do fazer jornalístico localizado exatamente na configuração de dois gêneros. Se por um lado sua produção textual pode ser classificada, conforme as explicações de Sodré e Ferrari (1986, p. 85), como uma reportagem de ação pelos detalhes que atraem o leitor, por outro se atribui a ela, ao mesmo tempo, a categorização de crônica de exposição poética conforme Candido (apud Melo, 1994, p. 158), porque a autora percorre o texto de forma lírica. Esta classificação também pode ser evidenciada no trecho em que a autora praticamente declama: “Morreu embebido em dores e feitos, a mortalha bordada de galões e medalhas. E era tão importante, [...] o nome estendido como um pelego de brios sobre as coxilhas do Rio Grande, que mereceu a primeiríssima estátua cravada na mui leal e valorosa Porto Alegre.” (BRUM, 2006, p. 66).

Esta crônica também apresenta traços da crônica biográfica lírica, também segundo Candido (apud Melo, 1994, p. 158) porque além da forma poética com que Eliane apresenta o texto, ela também narra a história real da estátua do conde Manoel Marques de Souza, o qual faz parte da História do Estado. Por esta razão ela pode ser considerada uma crônica-reportagem de ação, com exposição biográfica e poética.

Como diz Brum, na entrevista realizada para a monografia “Um jeito de espiar o mundo: a análise das crônicas-reportagens do livro *A Vida que Ninguém Vê* da jornalista Eliane Brum”, sobre a história da estátua do Conde de Porto Alegre: “fiz pesquisas em arquivos, conto o que foi acontecendo com a estátua pelos fatos relatados por outros e a partir daí construo a ‘fala’, a ‘vida’ da estátua.” (apud CARVALHO, p. 83). O que remete aos termos de captação e apuração descritos no capítulo dois. Paulo Roberto Botão (2004, p. 13) coloca que o momento da captação, principalmente através de entrevistas é de extrema importância, pois garante ao jornalista vastos elementos de informações. José

Aloise Bahia no ensaio “Jornalismo Literário de Primeira Qualidade”, neste contexto, afirma:

[...] as entrevistas intentam para a compreensão mais plena das pessoas e suas realizações. Num certo sentido é um estudo permanente, humanístico e desbravador com imperativos democráticos, e aponta uma interação a serviço da construção do imaginário coletivo. Pode ainda referir-se a um diálogo possível entre entrevistador e entrevistado, uma colaboração no sentido de trazer à tona uma verdade ou parte dela, regada pela emoção, temperada com clareza e servida pela razão compreensiva. Transforma-se em conversas, bate-papos, depoimentos, declarações, juízos de valores ou confissões. A entrevista é um gênero direto e esclarecedor da modernidade. (2007).

Brum afirma que todas as histórias contadas são informações apuradas, que cada uma delas deu muito trabalho na procura dos detalhes. “Acredito que o bom texto jornalístico depende do rigor e da profundidade da apuração, da quantidade de detalhes que se conseguiu apurar, para que o texto tenha cheiro, sabor, textura, além de quem disse o quê.” (apud CARVALHO, p. 83).

Neste sentido, Eliane, ao responder a pergunta sobre como o jornalista (e/ou narrador) pode saber o que se passa no íntimo das personagens de seus textos, responde:

Perguntando pra elas, pra começar. E observando muito. Ele pode chegar perto, mas tem de deixar claro que essa é a sua percepção da intimidade de alguém a partir de fatos, de falas, de observações. Se fôssemos escrever sobre nós mesmos chegaríamos apenas perto da verdade, chegaríamos apenas a uma versão da nossa verdade. Não há verdade absoluta, obviamente. Às vezes um entrevistado te conta coisas incríveis e às vezes não é a verdade nem toda a verdade. Às vezes ele nem sabe que é quase uma mentira. Quanto mais claro isso é explicitado, esse processo é explicitado, mais honesto estamos sendo com o leitor. Eu procuro deixar claro pela minha escrita que esse é o meu olhar sobre tal pessoa, sobre tal acontecimento. Não um olhar descuidado ou preguiçoso. Um olhar de quem pesquisou muito, investigou muito, apurou muito, mas que é apenas uma pessoa humana tentando escrever sobre outro ser humano, sobre acontecimentos humanos. Ou seja, uma pessoa limitada, falha, incompleta. (apud CARVALHO, p.84).

Lima (1995, p. 84) acrescenta à entrevista outros caminhos para se chegar à apuração: as histórias de vida; a observação participante; a memória; a documentação; e a visão pluridimensional simultânea.

Denota-se no próximo trecho de *O conde decaído* estas tarefas adicionadas por Lima, atribuídas ao texto jornalístico de Eliane, que além de iniciar sua aventura de seduzir o leitor através da padronização estilística da crônica aparecendo como narradora onisciente intrusa como descreveu Norman Friedman (apud Leite, 1997, p. 26), pois transfere sua astúcia de repórter ao texto com sua opinião, fornecendo também os dados de captação e apuração, atributos essenciais à reportagem.

Assim é a vida, como também a morte, e é bom que alguns muitos aprendam com o Conde de Porto Alegre. Porque ainda, ainda não era tudo. Por volta de 1970 viraram o conde. Assim, como se faz com um velho entrevado. Se mais uma vez cometeram esse desrespeito, não parece haver registro. O certo é que o olhar altaneiro, longínquo, que costumava pousar sobre os campos de batalha antes de esmagar o inimigo, está hoje condenado à tediosa visão de uma loja de artigos de cama, mesa e banho. Até a espada, que ele trazia cintilante, para que os inimigos nela pudessem mirar-se na hora da morte, se quebrou em uma dessas andanças. O conde – quanta ironia! – ficou sem espada, sem poder, sem fama e sem glória. Como o mais infeliz, o mais miserável de seus soldados. No fim tudo é pó. Esquecimento. E o inconfundível cheiro de urina. E se aconteceu com o conde – o conde! – pode acontecer com qualquer um. O Conde de Porto Alegre reduzido a uma vida que ninguém vê num canto da cidade. (BRUM, 2006, p. 69).

Nestes dois trechos apresentados de *O conde decaído*, o texto apreende um enfoque mais individualizado por meio das personagens (o conde, personagem anáfora que só se compreende na trama que o envolve e o mendigo aparecendo como um figurante por encontrar-se passivo e distante no relato) de acordo com os subsídios teóricos encontrados em E.M. Forster, citado por Brait (apud Coimbra, 1993, p. 72) e de uma situação determinada, ou seja, a condição em que a estátua se encontra – “sem fama e sem glória” –, indo ao encontro de uma das técnicas narrativas, a narração, com desenvolvimento, clímax, desenlace. Ou seja, como diz Elisa Guimarães (apud Coimbra, 1993, p. 15), “dentro desta perspectiva, três categorias tecem o esquema narrativo: exposição, complicação e resolução.” Justamente o que ocorre na crônica-reportagem. A jornalista fala do conde, explica a mudança de local da estátua e a finaliza apontando para o esquecimento do herói. Logo percebe-se que unindo as particularidades da crônica e da reportagem justifica-se o que se chama de crônica-reportagem.

A próxima crônica-reportagem desta análise chama-se *Depois da filha, Antonio sepultou a mulher* (Brum, 2006, p 165). O calvário de Antonio iniciou quando ele enterrou

a filha. “– Esse é o caminho do pobre’. Antonio sabia o que estava dizendo. Mas não tinha idéia de o quanto a frase se revelaria ao mesmo tempo sentença e profecia.” (BRUM, 2006, p. 165). Cinco dias após a morte da criança, outra tragédia abateu-se sobre a família dele. Lizete, sua esposa de 26 anos, também morrera, vítima do descaso do poder público com a saúde da população carente. Dois dos quatro filhos do casal estavam internados com pneumonia em cidades diferentes, Butiá e Porto Alegre. As duas crianças sofriam de paralisia cerebral decorrente de problemas relativos aos partos. Lizete estava na quinta gestação quando faleceu num leito de hospital. Bruno de três anos pedia pela mãe. Fernando, de oito, ajudava o pai em silêncio. Fernanda teve alta em Butiá, mas ainda não se sabia o destino da criança. Uma conselheira tutelar estava empenhada em evitar que a menina fosse enviada à unidade especial da Febem. Em Porto Alegre, Luiz Oscar respirava com a ajuda de aparelhos. A saga de Antonio é voltar a descascar eucaliptos para a sobrevivência dos que ficaram.

Era a quinta gestação de Lizete. A conselheira conta que não sabia sobre a gravidez. Antonio afirma que a mulher estava no oitavo mês. No encaminhamento da paciente, recebido pelo Fêmima, o médico de Butiá informava que Lizete tinha três meses de gestação. O diretor do Fêmima acredita, pelo peso do bebê, que Lizete estaria no sexto mês. Enquanto cuidava de Luiz Oscar, Lizete foi chamada às pressas pela conselheira para atender Fernanda, que havia piorado. Como o Hospital de Butiá exige acompanhante permanente, Lizete ficou ao lado da filha. Por volta da meia-noite daquela sexta-feira, sentiu-se mal, foi ao banheiro e descobriu que estava com hemorragia. Às 2h de sábado, chegou em casa sangrando muito. Acabava de caminhar os dois quilômetros que separam o hospital da casinha alugada na Vila Julieta. Disse a Antonio que pediu socorro no hospital, mas que não a ajudaram. Em lugar de assistência, contou que recebeu apenas uma outra calça e uma camiseta para botar entre as pernas. Deitou-se e disse ao marido que fosse ao hospital porque a menina não podia ficar sozinha. Ao amanhecer, Antonio voltou para casa. Lizete só gemia. Apavorado, pediu a um vizinho que lhe desse uma carona até o hospital porque a mulher não conseguia caminhar. No hospital, Antonio conta que o médico olhou e disse: – Isso não é comigo. Tem de ir a Porto Alegre. Como a ambulância demorava, Antonio ameaçou: – Vocês vão deixar ela morrer só porque eu sou moreno? Se demorarem mais um pouco, eu vou chamar a polícia. Às 12h33, a ambulância de Butiá descarregou Antonio e Lizete no pátio do hospital Fêmima, onde foi constatado o deslocamento prematuro de placenta. Ela já estava anêmica devido à prolongada hemorragia. O bebê ainda estava vivo. Às 13h15 foi feita a cesariana. O coração da menina de 960 gramas já havia parado de bater, vencido pela asfixia. [...] Antes de perder a consciência, Lizete agarrou a sua mão e fez com que promettesse que manteria os filhos unidos (BRUM, 2006, p. 166-169).

Nesta crônica-reportagem a repórter é onisciente neutra, de acordo com as classificações propostas por Norman Friedman (apud Leite, 1997, p. 26). A jornalista embrenha-se no desenrolar dos acontecimentos por meio da apuração dos fatos através das entrevistas com as fontes, mas não interfere na história, apenas relata o que aconteceu. Já as personagens, conforme a terminologia criada por E.M. Forster, citado por Brait (apud Coimbra, 1993, p. 72), se encaixam na categoria da personagem redonda porque aparecem marcadas pelas bruscas transformações de ordem social, o que demonstra os traumas e a complexidade do ser humano. Entende-se a partir destas caracterizações que o objetivo é revelar por meio da reportagem documental, tal qual expõem Sodré e Ferrari (1986, p. 45) nos tipos de reportagens, como se configura o tema da matéria, onde o protagonista e as demais personagens esclarecem o fato ocorrido.

O estudo da crônica neste contexto entende-se como sendo, de acordo com as definições de Luiz Beltrão (1980, p. 55), local, uma vez que aborda a partir da natureza do tema, um assunto que se vê praticamente todos os dias nos jornais. Mas também pode ser entendida quanto ao tratamento que a autora oferece ao texto, como uma crônica sentimental, já que comove e sensibiliza o leitor como se fosse um romance. Por outro lado também pode ser percebida, de acordo com Moisés (1979, p. 245), como uma crônica-conto, já que a narradora se posta neutra e apenas relata os acontecimentos. Verifica-se que as características da crônica acopladas às da reportagem, como foi demonstrado neste trabalho, evidenciam a deflagração das fronteiras entre a crônica e a reportagem.

Constata-se também que esta narrativa é muito mais descritiva e se assemelha muito ao conto em conformidade com o que Sodré e Ferrari (apud TORRES, F., 2007) afirmam, não no sentido ficcional, mas no sentido descritivo, pois a descrição neste texto representa a particularização das personagens que estão submersas ao contexto da história. Percebe-se então, que a jornalista trata das personagens principais minuciosamente, revelando os aspectos físicos e emocionais. O que designa também ao que Guimarães (apud Coimbra, 1993, p. 19) elucida a respeito da narrativa descritiva.

Em primeiro lugar, Elisa Guimarães diz que um tema chave enuncia a sequência descritiva. Nesta crônica-reportagem de Brum o tema chave é a morte de Lizete. Em seguida, Guimarães aponta uma série de subtemas, que no texto da jornalista vão se desvendando através da captação das informações com as fontes e pela observação, como

por exemplo: as gestações complicadas; os filhos internados em hospitais de diferentes cidades; o motivo pelo qual Lizete veio a falecer; a desconfiança de racismo; a morte do bebê. E o terceiro ponto proposto por Guimarães são as expansões predicativas respectivas aos subtemas. Brum caracteriza os subtemas exemplificados através dos verbos de significação que os qualificam. Esta afirmação pode ser verificada com base na frase: “Às 12h33, a ambulância de Butiá descarregou Antonio e Lizete no pátio do hospital Fêmina, onde foi constatado o deslocamento prematuro de placenta.” (BRUM, 2006, p. 167).

Neste contexto, além de ser uma reportagem documental, ela também pode ser compreendida como uma reportagem descritiva, conforme Coimbra (1993, p. 166). A repórter vai a fundo para captar informações, entrevista várias fontes para interpretar um fato social, mas tem na narração descritiva o ponto forte da matéria. Nesse tipo de reportagem, o texto fica no limiar entre o jornalismo e a literatura, o que mais uma vez comprova a eficácia entre crônica e reportagem como gêneros que se entrelaçam e juntos formam uma única feição artística, a crônica-reportagem.

Todas as crônicas-reportagens de *A Vida que Ninguém Vê* renderiam livros específicos sobre suas histórias. Tanto é que os fragmentos das histórias anônimas que a jornalista Eliane Brum descobriu transferiram-se da coluna do jornal ao livro-reportagem, lhe rendendo um dos mais importantes prêmios em jornalismo. No geral, o livro *A Vida que Ninguém Vê* até pode ser representado quanto à linha temática pelo livro-reportagem-antologia conforme Lima (1995, p. 45) por apresentar variados assuntos em suas reportagens, sobretudo porque já foram divulgadas na imprensa diária, contudo tem-se a intenção de ratificar que uma nova variedade pode ser inserida no conjunto das classificações, porque além de reportagens os textos também são crônicas.

Segundo Luiz Carlos Santos Simon, deve-se considerar que, nas últimas décadas, o espaço reservado nos jornais a contos, romances ou poemas é muito menor do que aquele garantido regularmente pela crônica. “Cabe registrar uma espécie de ambivalência da crônica que se distingue das notícias jornalísticas mais convencionais, porém não se desvencilha inteiramente da matéria cotidiana que orienta todas as manifestações da imprensa.” (2004, p. 55). O que mais uma vez confirma a prática do que se chama crônica-reportagem.

Contudo, como se percebeu ao longo da análise das crônicas-reportagens do livro *A Vida que Ninguém Vê*, de Eliane Brum, a jornalista opta pela narrativa extensa e detalhada presente nas grandes reportagens. Em termos gerais ela utiliza-se, na maioria dos textos, da reportagem de ação para caracterizar a movimentação e também da reportagem documental por valer-se das fontes como critério para o esclarecimento dos fatos. Já as crônicas, prevalecem as locais e as que se aproximam do conto. A autora se posta, principalmente, como narradora onisciente intrusa por expor, através de sua sensibilidade de repórter, seu juízo em relação aos acontecimentos e utiliza-se das personagens redondas pela complexidade do ser humano e das anáforas porque o leitor passa a compreendê-las justamente pelo contexto que estão inseridas no texto.

Neste sentido os livros são vistos como novos veículos que se integram aos meios de comunicação, criando novos espaços de mídia para o Jornalismo Literário.

Diante disso, acredita-se que se deve marcar aqui a ênfase em uma operação: a hibridez. Ou seja: é necessário valorizar a noção de uma convivência simultânea entre aspectos dos dois gêneros. A idéia de hibridez parece válida e preciosa exatamente porque reconhece uma escrita em que os termos do realismo social oriundos do jornalismo e das interpretações subjetivas provenientes da literatura não se separam. Logo, a união da crônica com a reportagem, evidenciada nesta monografia, se baseia no trabalho de apuração dos acontecimentos, ao mesmo tempo em que convive com procedimentos próprios da representação literária, ou seja, a arte. Sendo assim, a crônica-reportagem tem todas as qualidades e competências necessárias para ser reconhecida como um subgênero do jornalismo moderno.

REFERÊNCIAS

ABLIJ, Academia Brasileira de Jornalismo Literário. *Texto Vivo*: narrativas da vida real. Disponível em: <<http://www.textovivo.com.br/>>. Acesso em: 16 out. 2007.

ABREU, Allan de. *Da Literatura para o Jornalismo*. Disponível em: <<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=391DAC001>>. Acesso em: 21 ago. 2007.

ANTELO, Raúl. *João do Rio = Salomé*. In: CANDIDO, Antonio (Org.). *A Crônica: o gênero, sua fixação e suas transformações no Brasil*. Campinas: Unicamp, 1992. p. 153-164.

BAHIA, José Aloise. *Jornalismo Literário de Primeira Qualidade*. Disponível em: <<http://www.weblivros.com.br/ensaio/jornalismo-liter-rio-de-primeira-qualidade.html>>. Acesso em: 5 out. 2007.

BELTRÃO, Luiz. *Jornalismo opinativo*. Porto Alegre: Sulina, 1980.

BOTÃO, Paulo Roberto. *Potencialidades da Revista no Ensino de Jornalismo*. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 2004. Porto Alegre. Anais... São Paulo: Intercom, 2004. Disponível em: <<http://reposcom.portcom.intercom.org.br/dspace/bitstream/1904/17334/1/R1571-1.pdf>>. Acesso em: 25 set. 2007.

BRUM, Eliane. *A Vida que Ninguém Vê*. Porto Alegre: Arquipélago Editorial, 2006.

CAMPOS, Pedro Celso. *Reportagem Contextualizada*. Disponível em: <<http://webmail.faac.unesp.br/~pcampos/Reportagem%20Contextualizada.htm>>. Acesso em: 3 set. 2007.

CAPPARELLI, Sérgio. *O Campo Híbrido do Jornalismo e da Literatura*. Porto Alegre: Continente Sul-Sur, n. 2, p. 115-175, 1996.

CARVALHO, Carolina. *Um jeito de espiar o mundo: a análise das crônicas-reportagens do livro A Vida que Ninguém Vê da jornalista Eliane Brum*. Monografia de Conclusão de Curso (Jornalismo) – Universidade de Passo Fundo, Passo Fundo, 2007.

CASTRO, Gustavo de; GALENO, Alex. *Jornalismo e literatura*, São Paulo: Escrituras, 2002.

COIMBRA, Oswaldo. *O Texto da Reportagem Impressa: um curso sobre sua estrutura*. São Paulo: Ática, 1993.

COUTINHO, Afrânio. *A literatura no Brasil*. 2. ed. Rio de Janeiro: 1971.

DEMÉTRIO, Silvio Ricardo. *Os Limites do Devir Literatura no Jornalismo*. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/demetrio-silvio-literatura-jornalismo.pdf>>. Acesso em: 22 set. 2007.

FAERMAN, Marcos. *Com as Mãos Sujas de Sangue*. São Paulo: Global, 1979.

LEITE, Ligia Chiappini Moraes. *O Foco Narrativo: ou a polêmica em torno da ilusão*. São Paulo: Ática, 1997.

LIMA, Edvaldo Pereira. *Páginas Ampliadas: o livro-reportagem como extensão do jornalismo e da literatura*. 2.ed. Campinas: Editora da UNICAMP, 1995.

_____, Luiz Costa. *O Transtorno da Viagem*. In: CANDIDO, Antonio (Org.). *A Crônica: o gênero, sua fixação e suas transformações no Brasil*. São Paulo: Unicamp, 1992. p. 41-74.

MEDINA, Cremilda de Araújo; LEANDRO, Paulo Roberto. *A Arte de Tecer o Presente*. São Paulo: Média, 1973.

_____, Cremilda de Araújo. *Jornalismo e Literatura: fronteiras e intersecções*. In: Cadernos de Jornalismo e Editoração. São Paulo: v.2, n.25, p. 25-38, 1990.

MELO, José Marques de. *A opinião no jornalismo brasileiro*. 2. ed., Petrópolis: Vozes, 1994.

MENEZES, Rogério. Relações entre a crônica, o romance e o jornalismo. In: CASTRO, Gustavo de; GALENO, Alex. *Jornalismo e literatura*. São Paulo: Escrituras, 2002.

MOISÉS, Massaud. *A Crítica Literária*. 9. ed., São Paulo: Melhoramentos, 1979.

NOBLAT, Ricardo. *A Arte de Fazer um Jornal Diário*. 4.ed., São Paulo: Contexto, 2003.

RANGEL, Juliana Bomtempo; RIBEIRO, Ariane Regina. *A Influência do Movimento do Novo Jornalismo no Jornalismo Convencional do Brasil a partir da Década de 60: com ênfase na produção de livros-reportagem*. In: Intercom Sudeste, XI, 2006, Ribeirão Preto. Trabalho apresentado ao GT 01 – Jornalismo. Disponível em: <<http://repositorio.portcom.intercom.org.br/bitstream/1904/19446/1/Juliana+RangelAriane+Ribeiro.pdf>>. Acesso em: 23 ago. 2007.

SANTOS, Joaquim Ferreira dos. “*Em tudo que faço a reportagem é a base*”. Disponível em: <<http://www.tracaonline.com.br/index.php?edicao=3&secao=3>>. Acesso em: 11 set. 2007.

_____, Joyce Almeida dos. *A Cidade de João do Rio*. Disponível em: <http://www.pucrio.br/ccpg/pibic/relatorio_resumo2006/relatorio/CCS/Com/COM_05_Joyce_Almeida%20.pdf>. Acesso em: 11 set. 2007.

SCHEIBE, Roberta. *A Crônica e seus Diferentes Estilos na Obra de Humberto de Campos*. Dissertação (Mestrado em Letras – Assuntos Literários) – Universidade de Passo Fundo, Passo Fundo, 2006.

SILVA, Fernanda Magalhães. *Cinematographo: crônica e sociedade na Belle Époque carioca*. Dissertação (Mestrado em História Social) – Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2002. Disponível em: <http://www.maxwell.lambda.ele.pucrio.br/cgi-bin/PRG_0599.EXE/3737_3.PDF?NrOcoSis=7129&CdLinPrg=pt>. Acesso em: 11 set. 2007.

SIMON, Luiz Carlos Santos. *Do Jornal ao Livro: a trajetória da crônica entre a polêmica e o sucesso*. 2004. Disponível em: <<http://e-revista.unioeste.br/index.php/temasematizes/article/viewFile/554/465>>. Acesso em: 5 out. 2007

SODRÉ, Muniz; FERRARI, Maria Helena. *Técnica de Reportagem: notas sobre a narrativa jornalística*. São Paulo: Summus, 1986.

TORRES, Fernando. *Precisa-se de Contadores de Histórias*. Disponível em: <<http://www.canaldaimprensa.com.br/canalant/debate/trint8/debate4.htm>>. Acesso em: 11 set. 2007.

OS MOVIMENTOS SOCIAIS E O PROCESSO DE ORGANIZAÇÃO POPULAR: OS DIFERENTES TIPOS DE COMUNICAÇÃO

Cristiane Teixeira Fernandes¹⁶

RESUMO

Este estudo consiste na análise do jornal Via Eco, uma publicação sem fins lucrativos, feito por apenas quatro pessoas, nenhuma delas de profissão jornalista, mas apenas por questões legais tem a assinatura de uma jornalista responsável, no caso Endil de Mello. Este meio de comunicação tem como objetivo divulgar a importância do meio ambiente, e também trazer informações a todos os segmentos da população, através de assuntos relacionados à pauta de meio ambiente. Esta monografia realiza um estudo sobre os tipos de comunicação, abrangendo a popular, alternativa, comunitária e sindical. Também realiza um resgate histórico do Jornal Via Eco e, por fim, avalia o veículo como

¹⁶Formada em Jornalismo pela Universidade de Passo Fundo.

um elemento diferenciado na comunicação. Durante a realização do trabalho, pretende-se definir qual o tipo de comunicação é mais utilizado pelo jornal passo-fundense Via Eco.

Palavras-chave: jornal Via Eco, comunicação alternativa, comunicação popular, meio ambiente, jornalismo alternativo.

Comunicação popular

A população brasileira, segundo Cecília Peruzzo (1998, p. 113), por muito tempo passou despercebida, excluída da participação e das decisões políticas. A partir da década de 80, a expressão “participação” toma conta dos assuntos da sociedade civil, dos órgãos públicos e políticos e das organizações sem fins lucrativos.

O Brasil, ao longo de sua história, não tem uma imagem muito positiva quando se fala de participação social. O autoritarismo do período colonial talvez seja o maior responsável da falta de conscientização política da população brasileira. Pode-se pegar de exemplo um bairro e seus moradores, o presidente do bairro é eleito, justamente para representar o resto dos moradores, que lhe delegam todo o poder, passam a ele toda a responsabilidade para administrar e resolver todos os problemas da localidade. É o poder na mão da minoria, porque a maioria não se envolve com os problemas e a busca de soluções. É sempre mais fácil criticar do que participar. Os problemas sociais sempre existiram e sempre vão existir. No Brasil grandes movimentos reivindicatórios e libertários já aconteceram.

Cecília Peruzzo fala da comunicação popular-alternativo, aquela que se situa no universo dos movimentos sociais. É realizada pela sociedade civil e admite o pluralismo (sistema que admite a diversidade, a variedade de idéias, opiniões e comportamentos, dentro de um grupo organizado).

A comunicação popular, segundo Regina Festa (1984, p. 169-170), envolve desde os pequenos meios de comunicação que se dirigem até os meios de comunicação coletiva e os meios de comunicação massiva. Sendo assim, a comunicação popular pode ser aquela comunicação simples, de circulação limitada e produzida por grupos populares. Também pode ser vista como aquela que dá espaço à expressão dos interesses das classes subalternas, assim a comunicação popular é entendida como crítico-libertadora. E por fim,

ela também pode ser definida como aquela que se insere num meio alternativo, processo de criação conjunta, diálogo, construção de uma realidade distinta na qual a pessoa seja sujeito pleno. A partir de estudos realizados por Christa Berger, podemos dizer que comunicação popular é um evento emergente, do povo ou a ele relacionado, empenhado com a mudança social e a transformação deste em sujeito histórico.

[...] ela está ligada à luta do povo e tende a converter-se em um processo dialético entre a teoria e a prática. Ela não tem um fim em si mesma, mas relaciona-se com um pleito mais amplo. É meio de conscientização, mobilização, educação política, informação e manifestação cultural do povo. (FESTA, 1984, p. 169-170).

A segunda forma de comunicação popular é citada por Pedro Gomes em seu livro *O jornalismo alternativo* no como conteúdo crítico-emancipador. Consiste em idéias de emancipação e luta projeto popular (1990, p. 39), ele descreve-a por uma sociedade justa. Seu conteúdo é primeiramente feito por denúncias das condições reais de vida, oposição às estruturas de poder causadoras das desigualdades. Os objetivos são claros e de acordo com a luta de um povo em prol de sua libertação.

Para Peruzzo (1998, p. 148), no novo espaço de ação política, os movimentos populares brasileiros estão expressando interesses coletivos que trazem em seu interior um esforço pela autonomia e pela democracia, contribuindo para a elaboração de outros valores. Os movimentos populares fazem sua própria comunicação, desenvolvem a necessidade de expressão a nível local, com conteúdos específicos que os grandes meios de comunicação de massa não conseguem satisfazer.

Os canais se caracterizam como instrumentos simples e de baixo custo se comparado à diversidade tecnológica disponível para a sociedade de alto nível econômico, mas inacessível para a maioria dos segmentos organizados das classes subalternas. São eles os meios grupais, como: impressos, visuais, sonoros e audiovisuais. E incluídos nestes meios grupais encontram-se festas, comemorações religiosas, teatro popular, músicas, poesias, jornais, boletins, murais, panfletos, cartazes, faixas, camisetas, fotografias, filmes, vídeos, seqüências sonorizadas de slides, discos, alto-falantes, carros de som, programas radiofônicos, etc.

Juan Díaz Bordenave (1988, p. 30-36) fala em graus de participação, vendo-os mais especificamente na questão do acesso ao controle das decisões, na relação entre membros e dirigentes: o menor é o da informação, seguido dos da consulta facultativa ou obrigatória, elaboração/recomendação, co-gestão e delegação; o maior, o da autogestão. Quanto às determinações componentes, o autor identifica três níveis, partindo do critério de importância: o da formulação da doutrina e da política institucional; o da deliberação dos objetivos estratégicos e da elaboração de programas e projetos e ainda a efetivação das ações; e o da avaliação dos resultados, sendo este último o mais desprezível.

Segundo Demo, há características participativas da comunidade: O poder vem de baixo para cima, não se admite a existência de membros com regalias. Quem está no poder não é dono dele, tendo-o recebido da comunidade, apenas presta serviço. O eleito deve prestar contas à base, que se desejar, pode depô-lo. Todos os membros têm direito ativo e passivo ao voto, elegendo seus representantes ou sendo escolhidos como tais. Estabelecem-se regras comuns quanto ao exercício do poder que só mudam diante assembleia ou votação geral.

Para Peruzzo (1998, p. 149) a comunicação popular passa por diversas limitações. Os meios de comunicação atingem apenas uma parte da audiência pretendida ou em potencial. Um jornal, por exemplo, só atinge um número restrito de moradores do bairro e quase sempre aqueles que já estão conscientizados ou mobilizados pela causa. Isso ocorre pela tiragem reduzida ou pela falta de recursos materiais. A linguagem utilizada é de difícil compreensão, textos planfletários são freqüentemente vistos na comunicação popular. Outro problema grave que assola a comunicação popular são as ingerências políticas, desta forma desvia-se as iniciativas comunitárias para a utilização e benefício particular ou políticos-eleitorais. Estas práticas acabam comprometendo todo o processo da comunicação popular.

Comunicação alternativa

De acordo com Bibiana Friderichs (2002, p. 37-38), a comunicação alternativa, a popular e a comunitária estão ligadas, suas definições são semelhantes. Há conceitos que mesclam uma a outra incessantemente na história da comunicação. Existem características que as diferem, mas há uma peculiar em todos os processos de comunicação que se

pretende estudar neste trabalho. “Todas partem da premissa de que são modalidades realizadas com o povo, para o povo e a partir dele; em alguns casos, uma comunicação sem mediações”. (2002, P. 38)

Sérgio Caparelli (1986, p. 45) define comunicação alternativa como aquela que surgiu para comentar acontecimentos sócio-político-econômicos do país, que os jornais tradicionais não comentam, ou quando o fazem, obedecem à ideologia dominante. Com isso surge a necessidade de criar jornais próprios, com liberdade para divulgar ou informar assuntos que normalmente um veículo tradicional não noticiaria. A imprensa alternativa surge num período de grandes acontecimentos políticos e importantes movimentos sociais. A situação predominante provoca o aparecimento de alternativas, pois, o conteúdo da grande imprensa (jornais tradicionais) estaria servindo a um poder autoritário e não agindo no sentido de mudanças na estrutura da sociedade brasileira.

Para Marcondes Filho (1986, p. 162), a comunicação alternativa não pode estar preocupada apenas com a abordagem mercadológica dos problemas do leitor, mas também tem que estar preocupada em organizar movimentos sociais e unificar os esforços individuais em defesa de interesses comuns.

[...] é a forma de o indivíduo poder afirmar-se e fazer valer sua posição sem ser deglutido pela máquina de informação oficial, pública ou privada, que tudo faz, menos solucionar os problemas e as necessidades da população. (MARCONDES FILHO, 1986, p. 162).

A comunicação alternativa vem para dar espaço aos profissionais e também a qualquer pessoa que queira informar de uma maneira diferente dos veículos tradicionais. Na maioria das vezes pode ser que ela informe um público que já tenha conhecimento de determinado assunto, mas também existem várias outras publicações voltadas justamente ao leitor que não tem conhecimento aprofundado do assunto. Usando o exemplo já citado acima, um jornal que trate de questões ambientais, mas voltado ao público infantil, voltado

à educação ambiental, com uma linguagem diferente, se enquadra nos pressupostos de uma comunicação desse tipo.

A imprensa alternativa também existia em outras épocas e não é exclusiva do Brasil. Ela reapareceu vitalizada num momento histórico brasileiro em que a censura da informação por parte do poder político obrigou muitos grupos a criarem seus próprios canais de expressão. Essa repressão é comum na medida em que a imprensa se torna um dos aparelhos ideológicos contra o Estado. A comunicação alternativa tem um papel fundamental na sociedade, pois defende os interesses dos grupos subordinados, que usam os alternativos, como espaço para expressarem suas opiniões e manifestar suas reivindicações.

Para Carlos Alberto e Gustavo Barbosa (1978, p. 47), a imprensa alternativa não é um fenômeno recente, se configura sob várias formas, e agora está voltando a ocupar espaços que já ocupou anteriormente, em outros momentos históricos no decorrer do século.

[...] porém, queiram ou não, significou a criação de canais de informação para expressão de segmentos da classe média e para ela, visto que os canais de expressão do trabalhador brasileiro, que não lê jornais, permaneceram interrompidos, e só mais tarde surgiram as fretas das assembleias democráticas, das greves, das concentrações. (CAPARELLI, 1986, p. 47).

Historicamente a comunicação alternativa sempre esteve ligada aos movimentos sociais. Raimundo Pereira (1986, p. 16) fala da comunicação alternativa a partir de 1970. Diz que o termo “imprensa alternativa” é de domínio comum da sociedade brasileira, e caracterizava-se como um tipo de jornal tablóide ou revista, de oposição, com venda em bancas ou distribuído de mão em mão. Os textos tinham caráter cultural e político, expressavam interesses dos trabalhadores e da pequena burguesia. Os jornais serviam para divulgar as idéias e reivindicações de grupos de oposição ou frentes políticas, que estavam descontentes com o regime político.

Segundo Regina Festa (1986, p. 17), o enfraquecimento desta imprensa alternativa é resultado de várias questões, uma delas foi a perseguição econômica. Fruto da censura de 1978, a ação repressiva redobrou a fiscalização contábil, a cobrança de impostos atrasados,

etc. Outra questão que levou ao quase desaparecimento da imprensa alternativa foi a publicação de um documento secreto em 1979. O jornal Coojornal, publicou informações secretas do Centro de Informações do Exército. Deu-se início aos atentados às bancas que comercializavam jornais alternativos. Houve também apreensão de edições inteiras de alguns jornais neste período, tornando inviável a continuidade econômica.

[...] mas apesar disso tudo, a verdadeira história das lutas populares, dos movimentos sociais durante os anos 70 foi inteiramente registrada pela imprensa alternativa. Esses pequenos jornais, com tiragem entre 5 e até 200 mil exemplares, O Pasquim, por exemplo, conseguiram inscrever as classes sociais no cenário nacional dessa época. (FESTA, 1986, p. 18).

Com base no livro *El Nuevo Periodismo*, de Michael Johnson (1975, cap. II), podemos dizer que a imprensa alternativa é um fenômeno mundial. Grupos políticos americanos, quando viram seus valores corrompidos pela grande imprensa ou imprensa tradicional, sentiram a necessidade de formar seus próprios canais de comunicação. Segundo Johnson, constituem-se tipos de imprensa alternativa especializada, como jornais para os negros, para os universitários, para os imigrantes de movimentos ecológicos ou de partidos de esquerda.

Segundo o autor Sérgio Caparelli (1986, p. 51), conclui-se que a imprensa alternativa não mantinha capacidade econômica para remunerar os profissionais jornalistas. Mesmo os insatisfeitos com a repressão característica da grande imprensa tradicional, permaneceram em seus empregos, mas igualmente dedicavam-se ao trabalho de denúncia nos jornais alternativos. Estes profissionais encontravam nos alternativos a oportunidade de exporem suas opiniões e dar muitas vezes outra versão dos acontecimentos, o que não acontecia nos grandes jornais. Este quadro atualmente não é mais o mesmo, já existem publicações alternativas feitas por jornalistas profissionais que conseguem se manter com a venda de publicidade. O mercado atual está vendo os alternativos como uma boa maneira de lucro, por isso a imprensa alternativa vem crescendo e igualando-se, tanto na qualidade do material, quanto no conteúdo das matérias, aos grandes veículos.

Comunicação comunitária

Quando a temática em pauta é a comunicação comunitária, encontra-se um grave problema de reflexão teórica. É extremamente escassa a bibliografia encontrada que disserta sobre este assunto. É lamentável que um tema de grande pertinência, como a comunicação comunitária, seja de teoria de tão difícil acesso àqueles que a pretendem estudar.

Antes de falarmos em comunicação comunitária é preciso ter bem claro o conceito de comunidade. Segundo Beatriz Dornelles (2004, p. 131), comunidade é um grupo de pessoas, independente do número, que vive em um determinado lugar, caracteriza-se por um conjunto de relações e contatos íntimos, tendo a mesma tradição, os mesmos costumes e os mesmos interesses, também necessariamente tem consciência da participação em idéias e valores comuns.

Bibiana Friderichs no livro *Comunicação popular no rádio comercial* (2002, p. 40), cita o autor Marques de Mello, para definir a comunicação comunitária: “Uma comunicação só pode ser considerada comunitária quando se estrutura e funciona como meio de comunicação autêntico de uma comunidade. Isto significa dizer: produzida pela e para a comunidade”. Friderichs, segue dizendo com base no autor Marques de Mello que a comunicação comunitária deve ser uma forma de expressão simplória dos membros de um determinado grupo social, sem intervenções externas; um ambiente criado a partir das ações e manifestações das idéias dos grupos. Sendo assim a comunicação comunitária é facilmente confundida com a popular. As características de comunicação popular dadas por Peruzzo (1998), segundo Friderichs (2002, p. 40-41), são mais bem aceitas como sendo da comunicação comunitária. A autora diz que a comunicação comunitária esbarra em diversas limitações que comprometem o seu progresso, não só no Brasil, mas também em toda a América Latina. A carência de conhecimentos, práticos e teóricos da comunidade, acabam por comprometer o processo de comunicação por meio dos veículos massivos. A falta de recursos financeiros, conteúdo pouco trabalhado e variado, também são algumas das dificuldades enfrentadas pela comunicação comunitária, que por muitas vezes acabam provocando a quebra dos objetivos propostos pela comunidade.

De acordo com a mestre em ciências da comunicação pela Universidade de São Paulo (USP), Edna Mello, o jornalismo comunitário nasceu da idéia de dar visibilidade a grupos sociais sem espaço na mídia tradicional. Foi uma tentativa de dar voz àqueles que de acordo com a estrutura social em vigor, não teriam participação nos meios de comunicação de massa. A comunicação comunitária é feita pelo e para o grupo ou comunidade, serve como uma ferramenta de conscientização política.

Segundo a autora, a imprensa comunitária serve de picadeiro para o choque entre os interesses individuais e do grupo. De um lado está o direito da população à informação, e de outro está o direito de conservar a privacidade dos cidadãos. O jornalismo comunitário surge como uma chance de manifestação e expressão de idéias de um grupo que não seria a pauta dos grandes jornais. Para Callado e Estrada (1985, p. 7), as comunidades só são objeto de pauta para as grandes emissoras jornalísticas quando acontecem desastres:

“É exatamente a mesma coisa que acontece no sistema mundial de grandes agências que monopolizam a informação internacional quando ali ocorrem desastres, golpes de estado ou fatos incomuns. Enquanto lemos páginas inteiras sobre o nascimento de mais um filho de Lady Di, muitas decisões que vão influir diretamente sobre nossas vidas são tomadas sem o menor debate.” (CALLADO E ESTRADA, 1985, p. 7)

Em tese, qualquer comunidade pode ter seu veículo de comunicação e aumentar o alcance político de suas articulações. Marcondes Filho (1992, p. 161) diz que qualquer comunidade pode organizar-se politicamente e apropriar-se de um jornal comunitário onde tenha espaço para sua voz e suas reclamações cheguem muito mais além do que seu pequeno território. Neste tipo de jornalismo comunitário, os grupos de minorias sociais e étnicas, rompem com os critérios de marginalização impostos pela sociedade. O jornalismo comunitário para desenvolver sua missão deve estar ligado à comunidade.

Para Dornelles, a comunicação comunitária deve ser a porta voz da comunidade, deve falar a linguagem do seu povo, é aquela que reproduz no conteúdo editorial o dia-a-dia do bairro, da cidade e região.

Comunicação sindical

De acordo com Maria Nazareth Ferreira (1988, p. 5), a comunicação sindical, também chamada de imprensa operária, muitas vezes é conceituada como uma imprensa produzida por operários, mas segundo a autora, a comunicação sindical é aquela que se dirige, prioritariamente, ao público operário. Vista a partir da mensagem, do conteúdo, pode-se também considerar como imprensa operária àquela que se preocupa e explora basicamente os problemas dessa classe social.

Maria Nazareth Ferreira (1988, p. 7) resume a história da comunicação sindical no Brasil em três fases distintas. A primeira fase chamada de anarcossindicalista, refere-se ao início do processo de urbanização do país, percorre parte do século XIX, acompanha todas as mudanças no país na virada do século, acabando entre 1922 e 1930 com a mudança sofrida pelos operários brasileiros. A segunda fase é a da imprensa-partidária, que vai desde a fundação do Partido Comunista Brasileiro (PCB) até o golpe de Estado em 1964. Período de grande importância para a compreensão da história do trabalhador brasileiro. Com o populismo, os sindicatos operários ficam sob controle do Estado. A terceira fase inicia depois de 64, quando o proletariado brasileiro se reorganiza, o que corresponde a imprensa sindical que existe hoje.

Valdeci Verdelho (1986, p. 85) diz que o jornalista com seu trabalho e interesse profissional e político, conquistou espaço nos sindicatos a partir de 1978. Este período é chamado de “nova imprensa sindical” pelo autor, porque não abrange apenas o jornal tradicional, mas todas as formas de comunicação utilizadas pelo movimento sindical, principalmente nos locais de trabalho, para denunciar tudo o que contraria os direitos e interesses da classe, informar a programação de atividades, convocar reuniões, assembléias e outras manifestações, conchamar a mobilização, incentivar a organização, ou divulgar as reivindicações, sempre promovendo a consciência de classe.

A imprensa sindical mostra-se ser um bom campo de trabalho para profissionais da comunicação. A qualidade nas publicações se aperfeiçoa na medida em que profissionais qualificados assumem as atividades da comunicação. O que motiva uma entidade sindical a montar um setor de comunicação é a necessidade de ampliar a emissão de mensagens para a categoria, e também para a sociedade em geral.

A comunicação sindical não é uma mercadoria a ser consumida. O veículo de comunicação da classe trabalhadora, sindicato ou partido, não tem proprietário. O conteúdo

torna-se resultado de um conjunto de informações, reivindicações e propostas produzidas pela coletividade e para a ela mesma. O jornal é instrumento de informação, conscientização e mobilização; o receptor não é um elemento passivo, mas alguém que tem interesses comuns e participa da mesma forma de organização: “A comunicação torna-se um instrumento de intercâmbio, não de dominação. É horizontal e interativa”. (MOMESSO, p. 34). Segundo Ferreira (1988, p. 6), não se pode falar em imprensa operária, sem falar em movimento operário. “Ambos estão inter-relacionados através das lutas da classe trabalhadora na construção de sua história”.

O JORNAL VIA ECO

O jornal Via Eco foi criado após o III Encontro Municipal de Avaliação das Ações Ambientais de Passo Fundo, realizado em dezembro de 2002. Em entrevista para esta monografia, o coordenador do projeto Alejandro Luna, disse que a idéia de fazê-lo surgiu da necessidade de haver uma publicação que abordasse a questão ambiental, uma vez que a mídia local (rádio, TV e jornal) apresentava carência de um informativo deste gênero. O projeto do jornal Via Eco partiu de um pensamento coletivo. Alejandro, arquiteto e diretor de indústria da Secretaria de Desenvolvimento Econômico de Passo Fundo, e Cristine Luna, professora e intérprete de libras, apresentaram a idéia ao presidente do Grupo Ecológico Sentinelas dos Pampas (GESP), Paulo Fernando Cornélio, e posteriormente à Promotoria de Justiça Especializada de Passo Fundo, representada por Paulo da Silva Cirne, 1º Promotor de Justiça da Promotoria de Justiça Especializada de Passo Fundo.

O Via Eco teve sua primeira edição em setembro de 2003, com publicação inicial de dez mil exemplares, distribuídos na cidade de Passo Fundo e em municípios da região. O jornal se caracteriza como uma publicação ambiental independente, elaborado com a participação de entidades ecológicas, como O Grupo Ecológico Sentinela dos Pampas (GESP) e Grupo Ecológico Guardiões da Vida (GEGV). Toda a problemática ambiental, ações preventivas ou repressivas e ações de cidadania, servem de pauta para as edições. O Via Eco também recebe o apoio da Promotoria de Justiça Especializada de Passo Fundo. O Jornal se mantém através do dinheiro proveniente de medidas compensatórias, termos de ajustamento de conduta, e transações penais ajustadas pelo Ministério Público, aplicadas

em caso de infração contra o meio ambiente. O custo de uma edição, segundo seus coordenadores, é de aproximadamente mil e oitocentos reais. Esse valor é repassado pela promotoria e decorre, na maioria dos casos, de acordos firmados com o infrator que causou danos ambientais, por exemplo. Até o momento foram publicadas 16 edições do jornal Via Eco, sendo a maioria delas custeadas pela Promotoria de Justiça, exceto as que tiveram divulgação de propaganda de empresas privadas. “O Via Eco conta com a participação de diversas ONG’S e com o apoio do Ministério Público. O mesmo não persegue fins lucrativos, por isso, precisa de patrocínios e doações para a sua subsistência”, lembra Alejandro Luna.

O objetivo do jornal era de ter circulação mensal, mas em decorrência de situações, como a falta de recursos financeiros e a falta de tempo por parte das pessoas que o fazem, ele acabou sendo distribuído a cada dois meses. A sobrecarga dos serviços das pessoas responsáveis pela elaboração do Via Eco também é outro motivo de algumas edições atrasarem.

O Via Eco tem circulação em toda a rede escolar pública e privada, a distribuição é feita através da 6ª Coordenadoria Regional de Saúde e da 7ª Coordenadoria Regional de Educação. Chega também à Universidade de Passo Fundo, nos cursos de História, Geografia, Direito, Biologia e Jornalismo. Além da distribuição nos cursos, o jornal também é distribuído para professores, entidades governamentais, cidades próximas, algumas lojas e restaurantes de Passo Fundo, órgãos públicos, Prefeitura Municipal e Câmara Municipal de Vereadores de Passo Fundo. Eventualmente também é solicitado por associações de moradores e entidades como Rotary e Lions.

Inicialmente o Via Eco abrangia 58 municípios da região, hoje este número aumentou para 141 municípios. Exemplares também são postos junto com o Diário da Manhã e O Nacional, dois tradicionais jornais de Passo Fundo, alcançando assim um maior número de leitores.

Paulo Cornélio, diz que o jornal prioriza o público estudantil, a alfabetização ecológica, com a intenção de formar e informar com o conteúdo das ações ambientais das organizações, mostrando para as crianças e adolescentes e também aos pais, a existência de diversas ações que são desenvolvidas por elas. Na coluna *Ecologia em Passo Fundo*, além do que acontece na cidade, também é mostrado o trabalho que as escolas realizam.

Promover o processo da transformação como processo de educação ambiental, numa linha de pensamento que vai além da formal, é o objetivo do Via Eco. Segundo Cirne, o foco do jornal não é a crítica, nem buscar culpados pelos problemas, e sim buscar soluções, a curto prazo, para questões urgentes, e principalmente a médio e longo prazo, na conscientização ambiental; esse é o grande enfoque do jornal.

O conteúdo do Via Eco é voltado basicamente ao meio ambiente e cidadania, abordando temas locais e regionais. Além do propósito de conscientização e informação, o Via Eco também vem para mostrar à comunidade em geral o trabalho desempenhado por autoridades e voluntários, no que diz respeito à proteção e soluções de problemas ambientais da região.

A redação do jornal se caracteriza por textos curtos e informações objetivas, o que facilita a leitura. O informativo se diferencia dos jornais tradicionais. Constatou-se que os assuntos abordados pelo Via Eco são variados e pouco aprofundados, caracterizando um público leitor que não tem muito conhecimento sobre a questão ambiental. Segundo Alejandro, pessoas que se interessem em aprofundar o assunto são pessoas ligadas à área ambiental, e o jornal quer conscientizar e informar pessoas que não têm ciência da importância do meio ambiente no seu dia-a-dia. Para Paulo Cirne, as edições apresentam notícias para serem temas desenvolvidos pelas crianças e adolescentes em sala de aula, e para que elas tenham um incentivo a ler.

Todas as pessoas envolvidas na realização do jornal são voluntários. A equipe é formada por uma jornalista responsável, Endil de Mello; por Alejandro e Cristine Luna, idealizadores e responsáveis pela parte de criação e arte, diagramação, incorporação das matérias, redação e revisão dos textos; por Paulo Fernando Cornélio, presidente do GESP, que colabora nas matérias relacionadas a ações institucionais e a agenda de eventos; e pelo promotor de justiça Dr. Paulo Cirne, que auxilia na correção de erros de português e redação em geral, e também escreve uma coluna, tratando de legislação ambiental.

Para a elaboração do jornal são feitas reuniões de pauta em horários alternativos, onde se decidem quais serão as matérias publicadas, por votação, e também o tema da capa. As responsabilidades são distribuídas, e em torno de 15 dias o jornal está pronto. O Via Eco não tem endereço definido, ele é feito pelos voluntários em suas próprias residências ou escritórios. A jornalista, neste caso Endil de Mello, exerce uma função simbólica. Segundo

Alejandro, por questões legais, é necessário que a publicação tenha a assinatura de um profissional jornalista, no entanto a profissional não auxilia na confecção do jornal. Para a circulação do informativo é preciso que ele esteja ligado a alguma entidade, também é imprescindível ter inscrição de pessoa jurídica, por isso é usado o número de CNPJ do Grupo Ecológico Sentinela dos Pampas.

Segundo os idealizadores do jornal, Alejandro e Cristine Luna, ele se caracteriza como uma comunicação alternativa porque foi pensado e construído por pessoas que não estão na área do jornalismo, também por ser uma publicação diferente, de formato alternativo, com uma folha de jornal dividida ao meio, e por não se parecer em sua forma com os outros jornais. Para Paulo Cirne, o jornal é uma comunicação alternativa, por se diferenciar dos outros, na forma de elaboração e distribuição.

Os leitores têm participação ativa no Via Eco, colaboram através de cartas, de e-mail, enviam notícias, informações, levantam dúvidas e também dão sua opinião a respeito do jornal. O número de exemplares distribuídos na região é pequeno, variam de um a três, isso faz com que muitas das cartas recebidas sejam de municípios vizinhos, pedindo mais exemplares.

Perfil do Via Eco

O jornal Via Eco apresenta uma diagramação leve e agradável, com formato alternativo, e diferencia-se dos jornais tradicionais. Usa as cores verde e preto, que relacionam ao objetivo da conscientização ecológica. O texto é objetivo e de fácil compreensão, usa-se fontes diferenciadas, para chamar a atenção do leitor. Há uma linha editorial, mas não necessariamente em todas as edições segue-se um padrão. Em cada edição um elemento novo é acrescentado ou modificado. Os textos são opinativos, há espaço para as entidades ou organizações publicarem matérias de seus interesses. A participação das entidades ecológicas é ativa, prioriza-se a divulgação de trabalhos realizados por parte delas e também a educação e conscientização ambiental, com matérias divulgando ações em benefício do meio ambiente. A medida de cada página é de 37,5 cm de altura e 14 cm de largura (exatamente a metade de uma página de jornal tradicional no sentido longitudinal). O jornal é composto de oito páginas ao todo.

A capa do jornal apresenta os principais temas que contêm a edição, sem desenvolvimento das matérias. Usa-se obrigatoriamente fotografia de boa qualidade. Há utilização de fontes e grafismos modernos e de fácil leitura. As páginas do interior apresentam quadros (Box), janelas, gráficos e uma boa quantidade de fotos, equilibrando e facilitando à compreensão dos textos e fazendo da leitura um momento agradável, mas não vazia de conteúdo. Existem aproximadamente quinze quadros, este número pode variar de edição para edição. Na página dois encontra-se o editorial, que geralmente é de responsabilidade de Paulo Cirne. Nele é exposto o pensamento e a visão do jornal Via Eco daquela determinada edição, sempre com uma mensagem de conscientização.

A Comunicação Alternativa e a Comunicação Popular no estudo de caso do jornal Via Eco

O jornal Via Eco se caracteriza como uma publicação diferente dos jornais tradicionais, desde sua criação até a distribuição, quando chega nas mãos do leitor. O Via Eco não tem fins lucrativos, é feito por quatro pessoas, sendo que nenhuma delas é profissional do jornalismo. Como já dito anteriormente, apenas por cumprir questões legais, conta com a colaboração da jornalista Endil de Mello que assina como responsável do jornal. O público alvo do Via Eco, primeiramente, são as crianças e adolescentes. O jornal busca educar e conscientizar os jovens, pensando num futuro próximo, depois o público em geral, buscando trazer ao leitor informações simples de como preservar o meio ambiente e também promover ações relacionadas a cidadania. O leitor tem participação ativa no processo de construção do jornal, através de e-mails, e até mesmo por cartas, mandando sugestões de pauta, fazendo algum tipo de crítica, e também escrevendo para algum quadro. O Via Eco tem formato diferenciado, é exatamente meia página de um jornal em formato tablóide, nas cores preto e verde e tem muitas fotos. Não apresenta uma linha editorial definida, há quadros que aparecem em algumas edições em determinada página, e que na próxima edição poderão estar em páginas diferentes. A distribuição no primeiro momento era mensal, posteriormente passou a ser distribuído a cada dois meses. O principal motivo, segundo seus idealizadores, é a falta de recursos financeiros e também a falta de tempo de seus colaboradores para a construção do jornal.

Como já citado no primeiro capítulo, a comunicação popular, a alternativa e a comunitária têm muitas características em comum. Seus conceitos são semelhantes e muitas vezes confunde-se uma pela outra. O jornal Via Eco não poderia ser diferente, suas características o definem como uma comunicação alternativa, mas também como uma comunicação popular. Todas elas, a popular, a alternativa e a comunitária, partem do princípio de que são formas de comunicação feitas com o povo, voltadas para o povo e vindas dele.

Christa Berger, no primeiro capítulo, afirma que um veículo alternativo é aquele que vem das classes populares, com uma proposta diferente. É exatamente isto o que acontece com o Via Eco, que não está sujeito ao controle de empresas ou do governo. O Via Eco é um exemplo de comunicação segmentada, porque pega uma parte de fatia do mercado que se preocupa com interesses em comum de um determinado grupo, como o meio ambiente. Este jornal se caracteriza por ter uma estrutura diferente dos meios de comunicação dos grandes jornais.

O jornal Via Eco pode ser definido como uma comunicação popular-alternativa, pois é fruto de um movimento social, é realizado pela sociedade civil e admite a variedade de idéias e opiniões no processo de sua elaboração. É uma comunicação que usa vocabulário simples, de fácil compreensão a todos e tem circulação limitada. O jornal abre espaço para as reivindicações dos grupos menores, usa um veículo de comunicação tradicional - o jornal -, mas tem formato alternativo e é elaborado por apenas quatro pessoas, num processo de criação conjunta. Para Regina Festa este tipo de comunicação é chamada de crítico-libertadora, e é exatamente o que acontece no Via Eco.

Pode-se dizer que o jornal Via Eco se encaixa nas duas modalidades de comunicação: a alternativa e a popular. A busca pela mobilização social, pela consolidação das identidades culturais e pela participação do povo na produção da mensagem, são algumas das características que o tornam um veículo alternativo que serve de instrumento para a promoção das idéias e do trabalho em benefício do meio ambiente, realizado. Este periódico passo-fundense se apresenta como uma ação comunicativa que privilegia a construção da cidadania, da identidade cultural-local e do direito de expressão.

REFERÊNCIAS

BERGER, Christa. *A comunicação emergente popular e/ou alternativa no Brasil*. Porto Alegre: Mimeo, 1989.

BODERNAVE, Juan Díaz. *O que é participação*. 2. ed. São Paulo: Cortez, 1988.

CALLADO, Ana Arruda ; ESTRADA, Maria Ignez Duque. *Como se faz um jornal comunitário*. Petrópolis: Vozes, 1985.

CANCLINI, Nestor Garcia. *De qué estamos hablando cuando hablamos de lo popular? In: Comunicación y culturas populares em Latinoamérica*. México: Gili, 1987.

CAPARELLI, Sérgio. *Comunicação de massa sem massa*. São Paulo: Sumus, 1986.

CORNÉLIO, Paulo Fernando, *Entrevista para esta monografia sobre o jornal Via Eco*: 2006

CIRNE, Paulo da Silva, *Entrevista para esta monografia sobre o jornal Via Eco*: 2006

DEMO, Pedro. *Sociologia: uma introdução crítica*. São Paulo, Atlas, 1987.

DEMO, Pedro. *Participação é conquista*. São Paulo, Atlas, 1988.

DORNELLES, Betariz. *Jornalismo Comunitário em cidades do interior*. Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 2004.

FERREIRA, Maria Nazareth. *Imprensa operária no Brasil*. São Paulo: Ática, 1988.

FERREIRA, Francisco W. *A participação da comunidade e a criação de órgãos municipais de apoio*. São Paulo: Cenafor, 1985.

FESTA, Regina; SILVA, Carlos Eduardo Lins da (Org.). *Comunicação popular e alternativa no Brasil*. São Paulo: Paulinas, 1986.

FRIDERICHES, Bibiana de Paula. *A comunicação popular no rádio comercial*. Passo Fundo: UPF editora, 2002.

GIMÉNEZ, Gilberto. *Notas para uma teoria da comunicação popular*. Salvador: Ceas, 1979

GOMES, Pedro Gilberto. *O jornalismo alternativo no projeto popular*. São Paulo: Paulinas, 1990

JOHNSON, Michael. *El Nuevo Periodismo*. New York: W. H. Freeman, 1975.

LUNA, Alejandro, *Entrevista para esta monografia sobre o jornal Via Eco*: 2006

MARCONDES FILHO, Ciro. *Quem manipula quem? Poder e massas na indústria da cultura e da comunicação no Brasil*. Rio de Janeiro: Vozes, 1986.

MARCONDES FILHO, Ciro. *Quem manipula quem? Poder e massas na indústria da cultura e da comunicação no Brasil*. 5. ed. Rio de Janeiro: Vozes, 1992.

MELLO, José Marques de. *Comunicação: teoria da comunicação: paradigmas latino-americano*. Petrópolis: Vozes, 1998.

MELLO, Edna. *A Arena eletrônica e o Jornalismo Comunitário*. São Paulo: Imprensa oficial do Estado de São Paulo, 2004.

MOMESSO, Luis. *A importância da imprensa nos sindicatos*. São Paulo: Debate Sindical, n. 1: 1986.

NEUMANN, Laurício. *Educação e comunicação alternativa*. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 1991.

PEREIRA, Raimundo. *Vive a Imprensa alternativa. Viva a imprensa alternativa*. In: FESTA, Regina e Silva, Carlos E. Lins da (orgs.). *Comunicação popular e alternativa no Brasil*. São Paulo: Paulinas, 1986.

PERUZZO, Cicília M. Krohling. *Comunicação nos movimentos populares: a participação na construção da cidadania*. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 1998.

PUNTEL, Joana T. *A Igreja e a democratização da comunicação*. São Paulo: Paulinas, 1994.

RABAÇA, Carlos Alberto; BARBOSA, Gustavo Guimarães (Org.). *Dicionário de comunicação*. Rio de Janeiro: Campus, 1978.

VERDELHO, Valdeci. In: VIEIRA, Toni André Scharlau. *Comunicação Sindical*. Canoas: Ulbra, 1996

COMUNICANDO O COMITÊ: UM PROJETO DE ASSESSORIA DE IMPRENSA PARA O COMITÊ DA CIDADANIA CONTRA A FOME, A MISÉRIA E PELA VIDA DE PASSO FUNDO-RS

Gabriela Elis da Cunha, Gabriela Willig e Mateus Mecca Rodighero¹⁷

RESUMO

O presente artigo propõe apresentar a execução de um projeto de assessoria de imprensa voltado para o *Comitê da Cidadania contra a Fome, a Miséria e pela Vida*, organização sem fins lucrativos que auxilia as comunidades mais carentes dos bairros de Passo Fundo. Levando-se em consideração a atividade jornalística, verifica-se o uso de ferramentas próprias da comunicação para mostrar à comunidade o trabalho da entidade. Para isso, o grupo responsável pela proposta de comunicação vale-se da produção de conteúdos informativos como jornais-murais, *releases*, *rádio-releases* e contatos com veículos diversos a fim de desmistificar a idéia que o local cumpre função meramente assistencialista; e sim evidenciar a existência de grupos de trabalho cuja preocupação é colocar os cidadãos como protagonistas da sociedade. Além disso, esse trabalho experimental visa realizar uma comunicação interna, evidenciando, para a própria organização, os seus feitos e conquistas. Para isso, o trabalho escrito é uma pesquisa de

¹⁷Jornalistas formados pela Universidade de Passo Fundo. Atuam em áreas diversas.

caráter bibliográfico e método descritivo (no sentido de esmiuçar as ações executadas pelo grupo no *Comitê da Cidadania contra a Fome, a Miséria e pela Vida*); baseada em fatores que venham ao encontro da comprovação de que é possível realizar uma assessoria de imprensa para uma instituição não-governamental que se baseia na ação social.

Palavras-chave: Assessoria de imprensa – ONG – Ação Social – Comitê da Cidadania

INTRODUÇÃO

O Comitê da Cidadania contra a Fome, a Miséria e pela Vida desempenha um papel fundamental no município de Passo Fundo, ao atender uma demanda da sociedade que é desassistida pelo Poder Público. A entidade sem fins lucrativos não tem vínculos com agentes políticos ou organizações partidárias. Para manter as atividades, o Comitê vale-se de doações de pessoas físicas, jurídicas e colaboradores. A organização realiza um projeto de emancipação político e social àqueles que, através do Comitê têm a possibilidade de estarem inseridos na sociedade. Para tanto, o trabalho desenvolvido pelo Comitê – como reciclagem e separação do lixo seco, produção de comida para os próprios colegas e reforma de roupas a serem doadas –, demonstra que o objetivo da entidade é propagar o lema da instituição que está exposto em uma das paredes da sede do Comitê: “ajude para ser ajudado”.

Porém, tamanha importância do trabalho desenvolvido pelo grupo de voluntários, liderados por Heloísa Almeida, esbarra em um problema: grande parte da comunidade passo-fundense não tem a real dimensão dos efeitos gerados pelas atividades da organização. Essa situação é negativa, uma vez que abre precedentes para interpretações equivocadas diante do ato de ajudar aos menos favorecidos. Além disso, ao não se valer da gama de informações suscitadas naturalmente pela atuação, o Comitê dá margem para que seu trabalho seja enquadrado entre as organizações que se multiplicam como arrecadadoras de verbas e congregação de pessoas não comprometidas com o bem em comum.

Nessa perspectiva, este trabalho justifica-se a partir da verificação de problemas na área comunicacional. Com base no prévio contato com os participantes do *Comitê* e as visitas feitas ao local, percebe-se a necessidade de uma adequada estratégia de

comunicação, pensada e executada a partir da realidade do grupo. O apoio para esse planejamento é encontrado na área do campo jornalístico, denominada *Assessoria de Imprensa*. Neste setor, verifica-se o uso de ferramentas próprias da atividade jornalística para a apresentação de tudo o que de fato acontece nos cerca de 80 grupos de trabalho existentes no local; e também das ações que somam-se à proposta inicial do Comitê, ou seja, a participação de voluntários.

Para cumprir com estes objetivos, a elaboração de um planejamento de comunicação especificamente para a entidade apresenta-se como a prática mais eficaz. Com efeito, as premissas deste planejamento englobam, entre outras ferramentas: a redação e o envio de *releases* e *rádios-releases* e sugestões de pauta com informações – factuais ou não – sobre a organização; agendamento de entrevistas em programas de entrevistas das rádios locais com líderes do Comitê; e criação de um jornal mural para o público interno, voltado para a informação e motivação de voluntários e colaboradores. Por fim, o grupo realiza um *clipping*, arquivo contendo todos os espaços onde foram divulgadas as ações no prazo em que o projeto foi aplicado.

No desenvolvimento do artigo, pretende-se fazer uma retomada histórica da atividade dos assessores de imprensa, desde sua origem até a presença na sociedade brasileira. São elencadas as principais ferramentas da assessoria de comunicação e, por último, como essas estratégias podem ser utilizadas para ampliar as políticas comunicacionais em ONGs e entidades sem fins lucrativos. Em seguida, abordam-se as diferenças entre Ação Social e Assistencialismo, dois termos que são confundidos com frequência, além da legislação que os trabalhos de Assistência Social devem seguir.

De posse dos conhecimentos apurados no levantamento bibliográfico dos primeiros dois capítulos, é exposto o projeto de Assessoria de Comunicação para o *Comitê da Cidadania*. Buscou-se elencar quais mecanismos possibilitam a identificação da comunidade com o Comitê; bem como o uso destes para amenizar o senso comum acerca da entidade que é o foco do trabalho. A partir das práticas de assessoria de imprensa, o grupo sugere formatos que promovam a comunicação interna e evidenciem o contato entre a imprensa local e o Comitê. Toda a rotina de trabalho e o planejamento do projeto de assessoria, que foi batizado de *Comunicando o Comitê* é apresentado no último capítulo. Por último são mostrados os resultados que se alcançaram nos dois meses em que o projeto

foi posto em prática. Apesar do tempo curto, um princípio de mudança na concepção que a sociedade tem sobre essa entidade, pode ter nascido com este projeto.

ASSESSORIA DE IMPRENSA: UMA CONTEXTUALIZAÇÃO HISTÓRICA

As transformações sociais ocorridas com o passar dos séculos e a consolidação de modelos de gestão das instituições públicas, e mais tarde privadas, são algumas das questões que despertam a atenção do ser humano. Para melhor compreender estes fatos e de que modo incidem no cotidiano, o homem busca informações e/ou estar em contato com estas, a fim de conviver à luz da sociedade. Dada a importância que tais informações ganharam ao longo da formação da sociedade moderna, líderes de diferentes nações buscaram propagar seus feitos administrativos de forma eficaz. Um dos primeiros registros que se tem conhecimento sobre a necessidade de “divulgar opiniões e realizações de um indivíduo ou grupo de pessoas” data de 202 a.C., durante a Dinastia Han, na China. (KOPLIN e FERRARETO, 1996, p. 25). Desde então, outras tentativas semelhantes foram registradas no decorrer da história. Entretanto, a seleção e a publicação de informações oriundas da tomada de decisões políticas só foram viabilizadas com a criação da prensa móvel, por volta de 1400. Elaborada por Johann Gutenberg com base nos modelos de máquinas utilizadas na produção de vinhos, a invenção originou a escrita mecânica e a profissão de editor, conforme aponta Aníbal Bragança.

O mais importante na invenção de Gutenberg foi que essa tecnologia, já em si certamente revolucionária, possibilitou uma liberdade e um dinamismo na produção e circulação dos saberes que foi fundamental para o nascimento do mundo moderno. (BRAGANÇA, 2002, p.1)

Sob essa perspectiva suscitada pelo autor, percebe-se que o uso da prensa móvel possibilitou a oferta de novas e inúmeras fontes de “transmissão de informações sobre a vida cotidiana”. (SODRÉ, 1977, p.15). Tais conteúdos passaram a ser difundidos em jornais, boletins e informativos produzidos em série. Com o maior acesso a informação e ao conhecimento, a comunicação foi percebida de maneira diferente. Em meados do século XVIII, a comunicação passou a ser utilizada como uma estratégia de função agregadora e

finalidade organizacional. Nesta circunstância, a história registra um processo contínuo de estratégias voltadas para divulgar resultados, estabelecer uma relação com o público interno, bem como diminuir eventuais insatisfações dos funcionários de grandes indústrias. Estes materiais surgiram no século XIX na Grã Bretanha, com o *Lloyd's List* (1696), e nos Estados Unidos, com *The Triphammer*, (1885). Somado a estes exemplos, elenca-se também *The Mekanik* (1847), periódico considerado pioneiro na comunicação organizacional voltada ao público externo dos Estados Unidos.

Entretanto, o mais famoso caso está relacionado a John Rockefeller. A preocupação em desfazer a imagem de gestor autoritário e mantenedor de indústrias petrolíferas cujas políticas de trabalho pouco, ou em quase nada, respeitavam as condições mínimas de dignidade influenciou o capitalista a investir, pensar e idealizar uma publicação empresarial que diminuísse esses estigmas. Para isso, o industrial apostou na relação com o jornalista americano Yve Lee. O agente do campo jornalístico investiu no fluxo de informações entre empresário petrolífero e empresas jornalísticas para criar uma nova imagem de Rockefeller. Atuando como jornalista, relações públicas e publicitário, Lee utilizou das ferramentas do jornalismo para “sistematizar uma relação entre organização e imprensa” (LOPES, 1995, p.15). Tais medidas adotadas para criar um processo comunicativo entre os agentes envolvidos podem ser apontadas como o princípio da atividade jornalística, denominada *Assessoria de Imprensa* (AI): uma das principais áreas de trabalho para os agentes do jornalismo conhecido como empresarial, que somas-se aos os meios impressos e eletrônicos para a difusão de informações (KOPLIN e FERRARETO, 1996, p. 30).

No Brasil, o início das atividades do setor também é relacionado à atividade do setor privado. Segundo Boanerges Lopes, no maior país da América do Sul, a organização do trabalho e de estratégias de comunicação destinadas a divulgar posições oficiais de empresas ou indivíduos é uma atividade recente. Oficialmente, a atuação de uma assessoria de imprensa aconteceu no governo de Getúlio Vargas, que “estabeleceu pela primeira vez um serviço de atendimento a imprensa, ligado ao gabinete civil, [...] em pleno Estado Novo (1938)”. (LOPES, 1996, p.16). O trabalho prestado pela popular *Light* deu-se principalmente no departamento de Relações Públicas, Serviço de Informação e Divulgação do Ministério da Agricultura.

A comunicação organizacional ainda viria a ser amplamente utilizada pelos governos militares, com a finalidade de difundir os ideais do sistema político. Mas os avanços desse setor foram registrados com maior relevância a partir da Segunda Guerra Mundial, quando o país viveu um período de crescimento econômico e fortalecimento das indústrias nacionais. Assim, a atividade do assessor de imprensa foi estabelecida e reconhecida pelas demandas da sociedade a partir dos anos 60. Conforme Silvio Oliveira, a Volkswagen é considerada uma das organizações pioneiras na estruturação de um contato mais profissional do setor privado com os meios de comunicação.

Na década seguinte, o uso das ferramentas da assessoria de imprensa foi prejudicado pelo controle da informação imposto pelo decreto do Ato Institucional Nº 5. Durante o governo militar Médici, no período militar brasileiro, o trabalho das assessorias de imprensa, dos jornais e até das classes artísticas foi cerceado pela censura (LOPES, 1996, p. 12). Já no começo dos anos 80, com o enfraquecimento do regime militar e o processo gradual de abertura política e de redemocratização do país, a sociedade passou a organizar-se em grupos sociais, cuja finalidade era de propagar os direitos e deveres dos cidadãos e incentivar a atuação no novo período político que iniciava. Logo, a necessidade de se fazer comunicar ganhou uma nova esfera: os movimentos sociais e suas ações coletivas.

Assessoria de imprensa em movimentos sociais

Inúmeros autores fazem emergir o conceito de movimento social, bem como os fatores que levaram à sociedade a criá-los. Conforme a abordagem feita por Adélia Barroso Fernandes, uma sociedade ideal deve compreender a convivência dos indivíduos sob a perspectiva de uma comunidade assistida pelo Estado.

Porém, as crescentes demandas de indivíduos exigem que o gestor das leis públicas se adapte às novas necessidades. Quando esse objetivo não é alcançado, o efeito é condicionar estas demandas a viverem à margem da sociedade. Para amenizar este impacto surgem os movimentos sociais “engajados em luta pelos direitos humanos” (FERNANDES, 2002, p. 4).

Nesta perspectiva, Joel de Araújo atenta para o fato que os movimentos sociais, ou seja, as associações civis e as organizações não governamentais (ONGs) acabam por

incorporar a responsabilidade de executar projetos destinados a essas camadas desassistidas pelo modelo de sociedade moderno.

Para tanto, esses grupos se caracterizam pelas estratégias de ação que buscam auxiliar no processo de construção de novas relações sociais e estimular o público alvo “para que aprendam e busquem seus direitos, para que saibam como se organizar”, como ressalta Ida Pietricovsky Oliveira (1996, p.29).

Dentro dessa conjuntura, Bona sintetiza, sob os conceitos de Maria Gonh, que as organizações não governamentais podem ser divididas em quatro grupos:

- ONGs caritativas: que se ocupam de fornecer assistência aos menores, mulheres e idosos,
- ONGs desenvolvimentistas: que intervém no meio ambiente e possuem um trabalho internacionalizado;
- ONGs cidadãos que focam em campanhas educativas e denunciadoras da violação dos direitos sociais
- ONGs ambientalistas.

Paralelamente, a atuação dos agentes do campo jornalístico tem possibilitado, ao longo dos últimos anos, uma maior visibilidade à atividade dessas instituições, que por sua vez têm buscado na mídia um canal para expor sua luta à comunidade. Esta relação, porém, começou a ser construída no Brasil a partir da década de 90.

Segundo Pietricovsky, até essa data, as empresas jornalísticas mantinham certo distanciamento do trabalho realizado pelas organizações não-governamentais. A autora justifica essa afirmação com base na pesquisa realizada por ela, que apontou a tendência dos meios em reproduzir a lógica do mercado, ou seja, usar de termos pejorativos e fazer “críticas sem conhecer a fundo o trabalho realizado por estas entidades” (1995. p, 30).

Pietricovsky enfatiza ainda que quando era capaz de ceder espaço em seus produtos, não havia uma preocupação em dar continuidade na cobertura destas. Assim, a rotina produtiva dos profissionais de uma redação acabava por contribuir na propagação de idéias pré-concebidas e equivocadas, perdurando um vazio comunicacional entre ONGs e veículos da mídia. Contudo, o potencial e a demanda de dados que resultavam das inúmeras atividades desenvolvidas pelas organizações não-governamentais foi percebida pelo setor

da *Assessoria de Imprensa* como um nicho de atuação profissional. Como consequência, o trabalho da AI surgiu como uma alternativa para propor uma mudança cultural.

Quanto ao profissional que vai viabilizar tais estratégias comunicacionais, Rafael Gue Martini aponta que a partir da compreensão e valorização do comunitário, o jornalista torna-se:

Um facilitador que utiliza as novas tecnologias como ferramentas para organizar e animar os grupos em busca da conscientização. Este profissional deve saber comunicar, independente da tecnologia disponível, podendo ser aqui nomeado um agente comunitário de comunicação, numa perspectiva de desenvolver esta atividade como um serviço público cada dia mais necessário (MARTINI, 2006, p.8-9).

A partir de um entendimento do que são estas entidades e qual seu propósito, a *assessoria de imprensa* volta-se para a parte prática do projeto.

A questão das estratégias

Ao incorporar estas dimensões, o assessor de imprensa reafirma o objetivo de “colaborar para aumentar e estreitar os laços sociais com os demais atores coletivos da sociedade civil, bem como colaborar na construção destes espaços públicos de formulação e implementação das políticas públicas” (Pietrocvski, 1995, p. 30). Diante disso, o pacote de estratégias de comunicação voltadas para o público interno e externo das entidades visa enaltecer o trabalho desenvolvido. Ao estruturar um planejamento de comunicação, recomenda-se que as pessoas por ele assistidas sejam “estimuladas a criar um ambiente favorável à mudança de comportamento”, como explicam Grunig e Hunt. (1984, p.365).

Para tanto, o agente do campo jornalístico necessita gerenciar de modo eficaz as informações. Isso pode ser feito com o uso das ferramentas da *assessoria de imprensa*. O release é uma dessas ferramentas. Conhecido pela definição de Kopplin e Ferrareto como o “expoente máximo” das AI, é o material de divulgação destinado aos veículos de comunicação, sejam emissoras de rádio ou televisão; jornais impressos ou *sites* da internet. (1996, p. 20).

A linguagem usada é a jornalística e varia de acordo com o meio ao qual é destinado. O *release* deve prezar pelas frases breves, palavras curtas, preferência por ordem direta e vocabulário usual. De modo geral, esta ferramenta tem por função levar às redações notícias que possam servir de “apoio, atração ou pauta”, embora não tenha a pretensão de aproveitado na íntegra como texto pronto (KOPLIN e FERRARETO, 1996, p. 21). Não obstante, as informações quando veiculadas por esse formato devem ser enviadas para todos os nomes da lista de relação de contatos do jornalista, o chamado *mailing list*. Essa lista deve atender ao critério de interesse em comum entre assessoria e cliente. Manter essa relação o mais abrangente e completa possível também é tarefa da AI.

Com efeito, além de possibilitar contatos com os veículos de comunicação, cabe a AI controlar o fluxo de informações. O *clipping*, também chamado de taxação, é um relatório das atividades organizadas pelo setor, e que pelos demais veículos de comunicação foram absorvidos. Normalmente, o *clipping* é feito apenas com as divulgações em jornais e revistas. Mas também é possível fazer o *clipping* eletrônico, por meio de escutas e gravações. Com base nesses dados – que vão resumir a série de material produzido e publicado, bem como a repercussão do mesmo – o jornalista pode montar um relatório como forma de prestar contas ao assessorado.

ASSISTENCIALISMO E AÇÃO SOCIAL

Após a redemocratização do Brasil, houve uma abertura para a participação da sociedade nas questões sociais. A abertura desse espaço – que antes só era conferido ao Estado e à Igreja – fez com que surgisse uma grande quantidade de ONGs que trabalham para garantir os direitos à todos os indivíduos. A atuação dessas entidades foi fortalecida com a criação, em 1993, da Lei Orgânica da Assistência Social (LOAS), que deu as bases e diretrizes da Ação Social no Brasil, além da própria Constituição Federal.

Um dos objetivos da LOAS era mudar a concepção da Assistência Social e a confusão com o Assistencialismo. A lei já vigora há 17 anos, mas essa distorção entre os dois conceitos ainda persiste, fruto do histórico de atividades sociais brasileiras e das dificuldades em formular políticas e planejamentos na área social.

O objetivo das entidades hoje é, além de quebrar com as ações assistencialistas e a visão assistencialista que a sociedade tem sobre elas, usar ferramentas que as legitimem e ajudem a organizar e ampliar o trabalho. Hoje, o terceiro setor é mais um setor dinâmico da sociedade, que está cada vez mais profissionalizado para conseguir cumprir seus objetivos de garantias dos direitos e fomento da cidadania.

Diferenças dos conceitos

Muito se fala em Ação Social, mas a expressão é motivo de muita confusão no que diz respeito ao seu verdadeiro significado. Ao contrário do que o senso comum difunde, Ação **Social** não se resume a idéia de **ajuda ou caridade**. A professora Cristina Fioreze, do curso de Assistência Social da Universidade de Passo Fundo, explicou que a Ação Social é uma política pública de atenção e defesa dos direitos. Por outro lado, o assistencialismo significa a doação de algo ou a prestação de serviço a alguém. Para a professora, nesse caso também há uma defesa de um direito, mas por um prazo curto.

Em termos simples é possível dizer que o Assistencialismo está muito ligado à ação, seja do governo, de entidades civis ou de voluntários, direcionada para o acesso a um bem ou um serviço prestado. Trata-se de um ato isolado e pontual, que não está seguido de nenhum planejamento ou política. Ou seja, o Assistencialismo ajuda e apóia em determinado momento, oferecendo alimentos, medicamentos ou outros gêneros de primeira necessidade. Mas ele não transforma a realidade social.

Já a Ação Social, também chamada de Assistência Social, é uma política que pode ser pública ou vinda da sociedade organizada, voltada para a atenção e defesa dos direitos. Cabe a ela mobilizar trabalhos de prevenção e mantimento de um conjunto de “garantias ou seguranças que cubram ou reduzam exclusões, riscos e vulnerabilidades sociais, bem como atendam às necessidades emergentes ou permanentes decorrentes de problemas pessoais ou sociais” (ANTOLINI, 2006, p. 02). A Ação Social é regulamentada pela Lei Orgânica da Assistência Social (LOAS).

A confusão entre esses termos se dá porque a Assistência Social tem sua origem no Assistencialismo. As ações para beneficiar as camadas pobres da população são bastante antigas, enquanto que a legislação que regulamenta esses atos é recente. A LOAS surgiu em

1993. Por isso, a Assistência Social ainda é pouco conhecida. Permanece presente a noção de assistência como uma ajuda.

A legislação

A Constituição Federal de 1988 representou um avanço em várias dimensões, incluindo na área social. Uma das melhorias foi, conforme Maria da Glória Gohn, a institucionalização pública de áreas como a segurança social e a saúde, que passaram a ter como características a descentralização da responsabilidade para os estados e municípios e a participação da sociedade (2001, p. 85). A nova Constituição representa “uma tentativa de fazer o movimento inverso de nossa tradição histórica: o de construir o Estado a partir da Sociedade e sob o controle dela” (NASCIMENTO, 2001, p. 03). Esse controle se legitimaria com os diversos conselhos criados para acompanhar e legitimar as ações públicas em diferentes áreas, incluindo a Assistência Social, como está explícito nos artigos 203 e 204.

Art. 203 - A assistência social será prestada a quem dela necessitar, independentemente de contribuição à seguridade social, e tem por objetivos:

I - a proteção à família, à maternidade, à infância, à adolescência e à velhice;

II - o amparo às crianças e adolescentes carentes;

III - a promoção da integração ao mercado de trabalho;

IV - a habilitação e reabilitação das pessoas portadoras de deficiência e a promoção de sua integração à vida comunitária;

V - a garantia de um salário mínimo de benefício mensal à pessoa portadora de deficiência e ao idoso que comprovem não possuir meios de prover à própria manutenção ou de tê-la provida por sua família, conforme dispuser a lei.

Art. 204 - As ações governamentais na área da assistência social serão realizadas com recursos do orçamento da seguridade social, previstos no Art. 195, além de outras fontes, e organizadas com base nas seguintes diretrizes:

I - descentralização político-administrativa, cabendo a coordenação e as normas gerais à esfera federal e a coordenação e a execução dos respectivos programas às esferas estadual e municipal, bem como a entidades beneficentes e de assistência social;

II - participação da população, por meio de organizações representativas, na formulação das políticas e no controle das ações em todos os níveis.

O artigo se completou com a Lei Orgânica da Assistência Social (LOAS), lei 8.742, de 7 de dezembro de 1993, que define qual deve ser a estrutura a ser reproduzida nos níveis nacional, estadual e municipal. Antes da LOAS as políticas sociais eram formuladas pelo

Conselho Nacional de Serviço Social (CNSS), um órgão “patrocinador de uma política centralizada e controlada pela burocracia estatal” (PERISSINOTO, 2003, p. 02).

A LOAS representa, portanto, uma inovação na política social brasileira. Em conjunto com a Constituição, essa lei possibilitou romper com o viés clientelista da antiga política de assistência, que teve sua origem na Era Vargas. Uma das diretrizes da LOAS é a “participação da população, por meio de organizações representativas, na formulação das políticas e no controle das ações em todos os níveis” (Art. 5º/II) (BRASIL, 2004a). Como os governos não conseguem sanar todas as carências da população, as Organizações Não-Governamentais têm um papel importante no meio social. Algumas dessas entidades formam parcerias com o Poder Público nas chamadas Redes de Assistência Social. Pela lei, as ONGs que não estão incluídas nessa rede não são consideradas, nem reconhecidas, como instrumentos de Ação Social. Porém, a realidade é outra, muitas entidades mesmo que não sigam à risca as determinações da LOAS têm um papel de transformação da realidade social onde atuam.

Ação Social em ONGs

Após a redemocratização, o Estado passa a redefinir seu papel como fomentador e não mais como executor das políticas sociais. Por isso, cada vez o papel do Estado é diminuído, e, em contrapartida, as organizações não governamentais (ONGs), que fazem parte do chamado Terceiro Setor, passam a ter um papel mais importante na sociedade. Um estudo do IBGE, em parceria com a Associação Brasileira de Organizações Não-Governamentais, concluiu que havia, em 2004, 276 mil entidades deste tipo no Brasil (BONA, 2006, p. 02).

Conforme Alceu Terra Nascimento, as ONG's no Brasil estão muito associadas a uma busca de um reposicionamento frente à sociedade e ao Estado. Nascimento acredita que isto se deva ao fato de que as entidades mais fortes, que continuam atuando até hoje, estão muito ligadas às ideologias políticas da esquerda (NASCIMENTO, 2001, p. 04). Essas instituições surgiram para suprir uma lacuna na prestação de serviços e garantias dos direitos dos cidadãos por parte do Estado.

As ONGs buscam ser reconhecidas como mais um setor dinâmico da sociedade, como prestadoras de serviços que trabalha para encontrar, e colocar em prática, soluções

efetivas aos problemas sociais. Essas entidades e organizações atuam visando o desenvolvimento social e o resgate da cidadania. Pode-se dizer que as ONGs reúnem a tradição da esquerda de buscar a emancipação dos indivíduos com a tradição da Assistência Social, que visa atender esses indivíduos quando em risco social. A partir dos anos 90, a essas características somou-se outro elemento: as noções de gestão e administração, vindas do setor empresarial, que passaram a ser aplicadas em organizações sem fins lucrativos. A profissionalização dessas entidades veio quando empresas privadas começaram a se envolver, visando implementar políticas de responsabilidade social.

COMUNICANDO O COMITÊ

O *Comitê da Cidadania contra a Fome, a Miséria e pela Vida* de Passo Fundo, surgiu como parte de um movimento nacional que tinha como objetivo erradicar a fome no país. Desde o surgimento da entidade em Passo Fundo, no ano de 1993, as ações são desenvolvidas por pessoas voluntárias que coordenam atividades como oficinas de artesanato, cursos profissionalizantes, distribuição de comida, entre outros. Contrariando as teorias que dizem que há uma profissionalização nas ONGs, o *Comitê* continua sendo regido por leigos, sem planejamento e de forma improvisada.

Por causa dessa falta de profissionalização, a entidade não se enquadra na legislação vigente da Assistência Social, o que é bastante criticado pelos profissionais da área de Serviço Social. O *Comitê da Cidadania* é acusado de ser uma ONG meramente assistencialista. Parte dessa visão se deve a que a atividade mais conhecida da entidade é a distribuição de comida. Outras tantas ações que contribuem para a geração de emprego e renda são pouco divulgadas e conhecidas pela população passo-fundense.

Após constatado esse panorama, foi elaborado um projeto de Assessoria de Comunicação para o *Comitê*. O principal objetivo seria mostrar o outro lado desta entidade que atua em 80 bairros de Passo Fundo, trabalhando diretamente com cerca de três mil pessoas. Para isso, foram aplicadas ferramentas de comunicação interna e externa num período de dois meses.

Ação da cidadania contra a fome, a miséria e pela vida

O projeto *Ação da Cidadania contra a Fome, a Miséria e pela Vida* surgiu a partir de uma manifestação da própria sociedade, numa idéia do sociólogo Herbert de Souza, o Betinho, em 1993. O contexto era favorável para ações desse âmbito, uma vez que o país passava por mudanças depois do *impeachment* do presidente Fernando Collor de Mello. O movimento mobilizou setores da sociedade, grupos e indivíduos isoladamente, em torno de um objetivo comum: diminuir o sofrimento da população miserável do Brasil. Betinho e seus colaboradores queriam ajudar as comunidades menos favorecidas a ter, pelo menos, um prato de alimento por dia e roupa para vestir. Numa lógica assistencialista, conforme o conceito visto no capítulo 3, o sociólogo pregava a união de todos para o movimento ter sucesso. E assim, o grupo estabeleceu vínculos com lideranças políticas e civis, criando uma identidade própria na sociedade, denominada *Ação da Cidadania contra a Miséria, a Fome e pela Vida*. Por não ter regras nem uma hierarquia definida, o movimento poderia ser adaptado por qualquer comunidade que tivesse a intenção de implementá-lo.

Em Passo Fundo, o movimento tomou força no mesmo ano da criação em nível nacional. O *Comitê da Cidadania contra a Fome a Miséria e pela Vida* surgiu em 14 de julho de 1993, através da ação de alguns voluntários preocupados em melhorar a condição de vida das pessoas mais carentes do município. Desde o início, a responsabilidade ficou a cargo da voluntária Heloísa Almeida, que tomou frente para garantir que o projeto saísse do papel. Sem receber retorno financeiro em troca, Heloísa teve a coragem de levantar a bandeira de erradicar a fome em Passo Fundo. Além dela, outras pessoas foram fundamentais para desenvolver o projeto ao longo desses quase 14 anos.

A forma de atuação da entidade é própria. Desviando parcialmente do projeto inicial de Betinho, a iniciativa tornou-se não apenas assistencial no município. O Comitê atua com o lema “Ajude para ser ajudado”. Conforme Heloísa Almeida, fundadora e presidente do Comitê em Passo Fundo, “não há assistencialismo direto”. Ela não toma todas as decisões por conta própria. A organização passou a formar grupos de trabalho, para que as pessoas possam “pagar” pelo que recebem. “Não basta chegar na porta do Comitê e pedir comida. Aqui não se pede nada. As pessoas precisam ajudar para serem ajudadas” (ALMEIDA, 2007).

Hoje, o Comitê da Cidadania não se limita ao galpão nos fundos da Biblioteca. A ONG conta com 80 grupos de trabalho, em vilas e bairros de Passo Fundo, em que são

realizados cursos de artesanato e arte popular para quem tiver interesse e necessitar auxílio. Os participantes dos grupos são em torno de três mil pessoas, que desenvolvem atividades como a coleta de lixo reciclável das ruas, a separação do material recolhido, a produção de artesanato com sobras de materiais, a produção de alimentos com base no reaproveitamento de cascas e talos e outros recebidos em doações, além da reforma de roupas usadas. As peças que são confeccionadas podem ser vendidas e a renda fica, de maneira integral, para os próprios autores do artesanato, como uma maneira de fomentar o trabalho e a renda. Enquanto participarem dos cursos e atividades oferecidos pelo Comitê, os indivíduos também recebem alimentos e roupas. O Comitê da Cidadania é um trabalho que sobrevive apenas das doações de entidades e pessoas físicas. A ONG não tem ligação direta com o Poder Público e nem recebe nenhuma verba do município ou Estado.

Mesmo sendo uma entidade conhecida no município, o *Comitê da Cidadania* não apresenta nenhum planejamento na área de comunicação. Não existe nenhum profissional, de qualquer área, atuando dentro da entidade. Tudo é feito por voluntários que chegaram na ONG por diversos motivos. Da mesma maneira, não existe nenhum planejamento organizado na área de comunicação. O relacionamento com a mídia era feito pelos próprios integrantes do Comitê, quase sempre pela presidente Heloísa Almeida. Mas os jornais e rádios da cidade, na grande maioria das vezes, eram acionados quando a ONG tinha alguma necessidade: o número de doações havia caído, procura por novos parceiros para iniciar algum projeto, entre outros. Eram poucos os espaços que se usavam para falar especificamente dos projetos, dos cursos e outras atividades desenvolvidas. Ou seja, não havia uma prestação de contas com a sociedade, por meio da mídia.

Tudo isso pode ter contribuído para uma concepção assistencialista que a sociedade tem sobre o *Comitê*. Heloísa Almeida sabe que a entidade carrega esse rótulo de assistencialista. Essa concepção também pode ser justificada porque, além das atividades de geração de renda e profissionalização quase não serem divulgadas, a ação mais conhecida do Comitê da Cidadania é o ônibus que coleta e distribui alimentos, algo que a primeira vista parece ser meramente assistencialista. Por causa de todos esses aspectos, o Comitê da Cidadania não é bem visto entre os profissionais da Assistência Social do município. A

professora Cristina Fiorezi, do curso de Serviço Social da UPF, diz que a entidade corre o risco de fazer com que seus usuários sejam “eternamente dependentes deles”.

Mas, mesmo não fazendo parte da Rede Municipal de Assistência, a entidade desenvolve um trabalho para qualificar e ajudar na geração de renda dos integrantes. O Comitê da Cidadania é reconhecido por ser uma entidade social que trabalha em todas as comunidades carentes de Passo Fundo. Porém, é necessário mudar a visão de que é apenas uma ONG beneficente e, ao mesmo tempo, fazer com que o Comitê comece a fazer parte das Redes de Assistência, para que seu trabalho seja ampliado e tenha mais apoio, principalmente financeiro, dentro da cidade.

Projeto: o planejamento da assessoria

Depois de detectada a necessidade de sistematizar as informações transmitidas à comunidade em geral e mudar a imagem de um serviço meramente assistencialista prestado à comunidade foi realizado um planejamento sobre as ferramentas que poderiam ser usadas. Afinal, uma entidade que trabalha há 17 anos no município, desenvolvendo atividades que ajudam a formar um cidadão, não pode ser vista como mera distribuidora de alimentos. E o Comitê é efetivamente mais do que isso. Dessa forma, o grupo decidiu implementar uma assessoria de imprensa que servisse para valorizar os trabalhos pouco conhecidos pelo grande público e que fogem do rótulo de entidade assistencialista.

O principal objetivo da assessoria era o de divulgar as ações da entidade num âmbito menos assistencialista, levando em consideração os públicos a serem atingidos. Por ser uma entidade voltada diretamente ao social, atinge uma grande diversidade de interessados, que inclui desde os beneficiados com as ações do Comitê, até o público em geral, passando pelos colaboradores e voluntários que atuam diariamente na ONG.

Esses seriam os públicos alvos de um trabalho de assessoria que duraria em torno de três meses, mas que daria as bases para a continuidade do trabalho. Como o *Comitê da*

Cidadania é muito amplo, o planejamento inicial foi feito para cobrir principalmente a sede da ONG, no centro do município. A idéia era que, se o projeto tivesse continuidade, ele poderia se estender para as 80 vilas e bairros que a entidade está presente. Mas no primeiro momento a sede foi o foco principal.

Batizado de *Comunicando o Comitê*, o projeto de assessoria de comunicação foi planejado para incluir quatro etapas de atividades que seriam desenvolvidas simultaneamente, para tentar alcançar os fins propostos pela equipe. Ficou estabelecido que o projeto fosse posto em prática durante dois meses, no período de 1º de setembro a 1º de novembro de 2007. O tempo de duração do trabalho possibilitaria uma prática sistematizada de ação e a consequente análise de resultados.

O planejamento do trabalho foi definido como envio de *press releases* e sugestões de pauta para jornais; envio de press releases e sugestões de pauta para emissoras de TV e rádio; agendamento de entrevistas nos veículos de comunicação; jornal mural interno.

Implantação do projeto

O primeiro contato com os veículos de comunicação local aconteceu no dia 5 de setembro. Previamente a essa data, foi criado um e-mail para a assessoria do Comitê (comitedacidadania@gmail.com) e estruturado um *mailing list*. Os contatos foram, em sua maioria, via e-mail e a *mailing list*, que continham os endereços eletrônicos dos principais veículos de comunicação de Passo Fundo. O primeiro e-mail, enviado no dia 5, foi uma apresentação do que seria o projeto a ser desenvolvido pelo grupo. A notícia era sobre um trabalho desenvolvido por papeleiros ligados ao Comitê, que reciclaram todo o lixo gerado na Jornada Nacional de Literatura. Seguindo as premissas estabelecidas no planejamento, o *release* foi escrito de duas maneiras: um com linguagem para veículo impresso e outro para rádio AM. Cada tipo foi enviado para os veículos correspondentes.

Apesar da assessoria de imprensa ser voltada principalmente para a cobertura das ações que aconteciam na sede do Comitê da Cidadania, algumas atividades desenvolvidas nos bairros também foram motivo de matérias e sugestões de pauta. A entidade organiza várias exposições e feiras, ao longo do ano, para mostrar e comercializar os trabalhos confeccionados nas oficinas de Artesanato Popular desenvolvida nos bairros.

As exposições, que antes eram praticamente desconhecidas pela maioria da população, passaram a fazer parte da pauta da imprensa passo-fundense. Somente a nota sobre a feira de artesanato no bairro Schisler, rendeu citações nas rádios Diário AM, Uirapuru e Planalto AM. Também houve uma nota coberta no Jornal do Almoço (RBS TV) do dia 7. A UPF TV esteve presente no local e fez uma reportagem sobre a feira, focando como o aprendizado de artesanato ajudou a mudar a vida de muitas pessoas.

No dia 18 de setembro, foi realizada uma segunda reunião no *Comitê*. Além de levantar futuras pautas, o encontro também serviu para organizar um evento que aconteceu na quarta-feira, dia 19, na sede da entidade. Nesse dia aconteceu o lançamento de um livro de receitas, confeccionado por alunos do Colégio Marista Conceição especialmente para os líderes do *Comitê da Cidadania*.

Cabe destacar que além da divulgação nas rádios e no Diário da Manhã, a UPF TV esteve presente no lançamento do livro e exibiu a reportagem feita no local, no programa Canal de Notícias.

A primeira edição do jornal mural foi fixada nas paredes do *Comitê*, no dia 22 de setembro. Por questões de tempo, optou-se por divulgar as mesmas notícias que estavam sendo desenvolvidas junto à imprensa, mas usando uma linguagem menos formal. O *Notícias na parede* foi diagramado em papel A3, conforme o planejado. As letras são maiores o que facilita a leitura. O jornal-mural também saiu nos dias 1º de outubro e 1º de novembro. Os exemplares foram fixados em três pontos de movimento do *Comitê da Cidadania*: a porta, a entrada e a cozinha. Foi dada ênfase para as fotografias onde apareciam os voluntários que trabalham diariamente na ONG, como forma de aumentar a auto-estima dessas pessoas e mostrar como esse trabalho é importante.

Outro fato que chamou a atenção foi um evento inusitado que o *Comitê da Cidadania* resolveu promover: um encontro de benzedeadas. O evento se justificou porque grande parte dos participantes da ONG fazia, em suas comunidades, alguma atividade voltada para a medicina natural e até métodos de orações e meditações voltados para a cura de doenças e males. Como essas atividades já estão inclusive reconhecidas legalmente como práticas de medicina popular, o Comitê resolveu por fazer um encontro para reunir as benzedeadas de Passo Fundo. Como foi usual em todo o trabalho de assessoria, um dia antes do evento foi enviado uma sugestão de pauta, convidando os jornalistas para participarem

do encontro. Foi a pauta que teve mais repercussão na mídia local. Na manhã do encontro, Heloísa Almeida e duas benzedadeiras deram entrevistas ao vivo nas rádios Uirapuru e Planalto AM que tinham sido marcadas ainda no dia anterior. Além disso, todas as rádios AM passaram pela sede do *Comitê* durante o dia para conferir o encontro. O mesmo aconteceu com os jornais locais.

Resultados observados

Em linhas gerais, pode-se dizer que o trabalho de assessoria feito dos dias 1º de setembro a 1º de novembro no Comitê da Cidadania, teve repercussão positiva nos veículos de comunicação locais. Todas as sugestões de pauta e *releases* enviados foram aproveitadas (algumas em maior e outras em menor escala) por todas as mídias que o trabalho se propôs a atingir: jornais, rádio e TV. Isso significa que vários segmentos de público passaram a conhecer as atividades do *Comitê* divulgadas nesse período.

Durante os dois meses em que o projeto foi colocado em prática, foram enviados seis *releases*, cinco deles em formato para jornais impressos e para rádio. Quanto à publicação das matérias, não há dados tão precisos, principalmente nos veículos eletrônico. A cada contato realizado com a mídia, foi solicitado que a assessoria de imprensa fosse comunicada quanto aos resultados da divulgação, já que não é possível para a equipe monitorar as emissoras de rádio e TV constantemente. Por isso, acredita-se que o número de citações possa ser maior. O quadro abaixo mostra a relação de assuntos que fizeram o *Comitê da Cidadania* virar notícia.

Assunto	Nº de Citações	Veículos
Papeleiros na Jornada	5	O Nacional, Diário AM, Planalto AM, Rádio Uirapuru, Site Uirapuru.
Feira de Artesanato	6	Diário AM, Planalto AM, Rádio Uirapuru, Site Uirapuru, RBS TV, UPF TV.
Lançamento de livro de receitas (2 dias)	14	Diário AM, Planalto AM, Rádio Uirapuru, RBS TV, UPF TV, Site

Bodas de Ouro	1	Uirapuru.
Encontro de Benzedeiros	12	Diário da Manhã
		Diário AM, Planalto AM, Rádio
		Uirapuru, UPF TV, Site Uirapuru.

A aceitação dos veículos locais com o trabalho de assessoria pode ser explicada porque o *Comitê da Cidadania* é uma entidade que é reconhecida e tem um certo respeito na sociedade passo-fundense. Os veículos de comunicação se mostraram abertos para apontar o outro lado da ONG, que não é apenas assistencialista mas formadora de cidadãos. O apoio principal veio dos veículos impressos e emissoras de rádio, que se beneficiaram com o formato diferenciado e pronto que as informações eram enviadas. Já com a televisão, apesar de ser um veículo de acesso mais difícil, também houve uma abertura, principalmente na UPF TV que é um canal voltado para as ações da comunidade.

O tempo da aplicação do projeto foi curto para poder consolidar de forma sólida um projeto de assessoria de imprensa. Durante o período houve na entidade outros acontecimentos que poderiam ser explorados, mas que acabaram passando despercebidos. Um dos motivos é que os integrantes do Comitê não acostumados a ter uma equipe à sua disposição, acabavam esquecendo de contar alguns fatos ou até achando que os mesmos não eram de importância. A confiança entre assessoria e assessorado é algo que se conquista com o tempo, portanto essa atitude é compreensível.

Da mesma forma, o objetivo de mudar a concepção de que a ONG é assistencialista só poderá ser alcançado com a continuidade do trabalho que se iniciou de forma experimental neste semestre. O projeto experimental ajudou a divulgar as ações do *Comitê* que antes eram pouco exploradas na mídia local. Porém, para mudar a imagem da entidade esse trabalho deve ser continuado de forma constante e à longo prazo. Além disso, ele não deve ser feito isoladamente. Deve vir acompanhado com uma real mudança nas estruturas e certas atividades desenvolvidas, que não se enquadram dentro da legislação da Assistência Social.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os movimentos sociais cumprem um papel importante para a emancipação política e social dos indivíduos que estão à margem do Estado. Porém, no Brasil, somente a partir da década de 80 estas entidades passaram a ser reconhecidas pelas instituições do Estado, legislação e sociedade em geral. Esse reconhecimento também foi incorporado pela mídia, que acompanhou o processo de profissionalização das Organizações Não-Governamentais (ONGs) voltadas para a assistência social.

Cabe ressaltar que os meios de comunicação não legitimavam estas ações, dando pouco espaço para veiculação dos resultados do trabalho desempenhado pelas ONGs. Essa posição da imprensa pode ser justificada pelo fato das entidades não terem uma atuação sistematizada. As ações não previam o comprometimento com a integração e formação do cidadão, mas apenas suprir as necessidades imediatas, como alimentação e vestuário.

Com a redemocratização do País, o Estado e os líderes desses grupos passaram a ser parceiros na busca do bem comum. As ações sociais, vindas de entidades públicas, privadas ou do chamado Terceiro Setor, são reconhecidas pela Constituição Federal de 1988 e a Lei Orgânica da Assistência Social, que começa a vigorar a partir de 1993. Desse modo, o efeito das atividades também é reconhecido pelas empresas jornalísticas, que utilizam do potencial informativo das ONGs para abrir espaço nos meios de veiculação.

Nesse sentido, a implantação de equipes de assessoria de imprensa dentro desses grupos viabiliza o contato entre imprensa e entidades sociais, demonstrando mais uma vez o contínuo processo de profissionalização das ONGs. As mesmas ferramentas antes utilizadas pelas equipes de comunicação nos setores privado e público, agora também são usadas nessas organizações sem fins lucrativos; com o objetivo de dar maior visibilidade ao trabalho realizado.

Nessa perspectiva, este trabalho experimental do curso de Jornalismo da Universidade de Passo Fundo se propôs a juntar os conhecimentos próprios da atividade jornalística em prol do *Comitê da Cidadania Contra a Fome, a Miséria e pela Vida*, uma entidade que atua há 14 anos na cidade de Passo Fundo com a preocupação de emancipação das comunidades carentes.

Para isso, implementou-se um planejamento de assessoria de imprensa cujo objetivo principal era demonstrar e divulgar o real trabalho desenvolvido na entidade, que tinha pouco espaço nos veículos de comunicação locais. O principal desafio do trabalho foi

desmistificar a idéia de que o *Comitê da Cidadania* tinha por prática única a distribuição de alimentos e roupas nos bairros e vilas de Passo Fundo. A entidade conta com 80 grupos de trabalho, atingindo três mil pessoas que são incentivadas e ensinadas a desenvolver alguma atividade que possa gerar renda. Visto que estas ações estavam, de certa forma, escondidas o trabalho de assessoria se inseriu na tentativa de publicizar o que talvez seja a prática mais importante da ONG.

Foram utilizadas ferramentas específicas de assessoria de imprensa, como envio de *releases*, sugestões de pauta, agendamento de entrevista e confecção de um jornal-mural para o público interno, entre 1º de setembro e 1º de novembro. Percebeu-se que as informações enviadas foram recebidas com interesse pelos veículos locais. Praticamente todo o material produzido durante a execução desse projeto foi utilizado integral ou parcialmente nas rádios, jornais impressos e emissoras de TV de Passo Fundo. Isso pode ser justificado, pela importância que o *Comitê da Cidadania* tem na cidade, mas também pela proposta da equipe de assessoria de imprensa em apresentar a faceta de emancipação, desenvolvimento pessoal, geração de renda, respeito ao meio ambiente e preservação da cultura popular que são as bases da entidade em Passo Fundo, ampliando a idéia assistencialista que Betinho sugeriu há 14 anos.

O tempo em que o projeto foi colocado em prática, naturalmente não é suficiente para perceber de forma clara uma mudança na concepção que a sociedade tem sobre esta entidade. No entanto, o trabalho se propôs a ser o início de uma reestruturação da imagem do *Comitê da Cidadania*, que somente terá efeitos visíveis se o trabalho for constante e contínuo. Porém, para que esta imagem seja realmente mudada, as estratégias de comunicação devem ser acompanhadas com mudanças na estrutura da entidade, que ainda precisa se enquadrar dentro da Lei Orgânica de Assistência Social e nas redes de assistência para ter um reconhecimento maior da sociedade.

REFERÊNCIAS

ANTOLINI, Carlos. *Conheça a política da Secretaria de Assistência Social do município*. Disponível em: <http://www.vitoria.es.gov.br/secretarias>. Acesso em: 01/12/2007.

BONA, Nívea Canalli : *Estratégias de comunicação das Organizações da Sociedade Civil*, Disponível em: <http://reposcom.portcom.intercom.org.br>. Acesso em: 2º dez 2007

BONA, Nívea Canalli. *O jornalista como uma ponte entre as organizações civis e a mídia de massa*, Disponível em: <http://www.unirevista.unisinos.br>. Acesso em: 1º dez 2007

BRAGANÇA, Aníbal. *Por que foi, mesmo, revolucionária a invenção da tipografia? O editor-impressor e a construção do mundo moderno*. Salvador: Intercom, 2002. CD-ROM

BRASIL. *Constituição Federal de 1988*. São Paulo, Editora Jalovi, 1988.

FERNANDES, Adélia Barroso. *Jornalismo, cidadania e direitos humanos: uma relação reflexiva no espaço Público*. Salvador: Intercom, 2002. CD-ROM

GOHN, Maria da Glória. *Conselhos gestores e participação sociopolítica*. São Paulo: Cortez Editora, 2001.

GOHN, Maria da Glória. *Os sem-terra, Ongs e cidadania*. São Paulo: Cortez, 1997

GRUNIG, James; HUNT, Todd. *Managing Public Relations*. Orlando, EUA: Harcourt Brace, 1984.

KOPPLIN, Elisa; FERRARETTO, LUIZ ARTUR. *Assessoria de imprensa: teoria e prática*. 2ª Ed. Porto Alegre: Sagra: DC Luzzatto, 1996.

LOPES, Boanerges. *O primeiro assessor*. In: *Assessoria de imprensa – o papel do assessor* - Brasília, Fenaj, 1996.

MARTINI, Rafael Gue. *Gestão comunitária de comunicação*, Disponível em: <http://www.unirevista.unisinos.br>. Acesso em: 1º dez 2007

NASCIMENTO, Alceu Terra. *Terceiro setor: fator de confluência*. Disponível em: <http://www.fonte.org.br> . Acesso em: 1º dez 2007

OLIVEIRA, Ida Pietrovski. *A democratização do acesso à mídia e o papel das ONGs. assessor*. In: *Assessoria de imprensa – o papel do assessor* - Brasília, Fenaj, 1996.

OLIVEIRA, Silvio. *Das relações públicas à assessoria de comunicação*. Disponível em: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br>. Acesso em: 29 nov 2007.

PERISSINOTO, Renato. *Participação e democracia: o caso do Conselho de Assistência Social de Curitiba*. Disponível em: <http://www.cienciapolitica.org.br/> Acesso em: 1º dez 2007

SODRÉ, Muniz. *O monopólio da fala: função e linguagem da televisão brasileira*. Rio de Janeiro: Vozes, 1977

" Extremo Norte, Extremo Sul, relata pesquisas acadêmicas vividas por meus alunos e que desembocam em minhas próprias experiências. Durante a caminhada acadêmica - ainda curta -, tive a oportunidade de orientar um bom número de alunos em seus trabalhos de conclusão de curso. Logo, neste livro, estão algumas monografias transformadas em artigos, produzidos por discentes no Rio Grande do Sul e no Amapá. De um extremo ao outro, nas próximas páginas o leitor vai conhecer e entender a realidade da Comunicação social em lugares tão distintos."

editora
Virtual Books 
www.virtualbooks.com.br

