



UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS
FACULDADE DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO
MESTRADO EM COMUNICAÇÃO – LP: MÍDIA E CULTURA

PAULA ROBERTA SANTANA ROCHA

ESTÉTICA E SENSACIONES NO JORNALISMO:
Um estudo das estratégias e jogos discursivos

GOIÂNIA, GO
2013



UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS
FACULDADE DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO
MESTRADO EM COMUNICAÇÃO – LP: MÍDIA E CULTURA

PAULA ROBERTA SANTANA ROCHA

**ESTÉTICA E SENSações NO JORNALISMO:
Um estudo das estratégias e jogos discursivos**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação – Mestrado em Comunicação, da Faculdade de Informação e Comunicação da Universidade Federal de Goiás, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Comunicação.

Área de concentração: Comunicação, Cultura e Cidadania.

Orientador: Prof. Dr. Goiamérico Felício C. dos Santos.

**GOIÂNIA, GO
2013**

PAULA ROBERTA SANTANA ROCHA

**ESTÉTICA E SENSações NO JORNALISMO: um estudo das
estratégias e jogos discursivos**

Dissertação apresentada ao curso de Mestrado em Comunicação da Faculdade de Informação e Comunicação da Universidade Federal de Goiás, para a obtenção do título de Mestre, aprovada em _____ de _____ de _____, pela Banca Examinadora assim constituída:

Prof. Dr. Goiamérico Felício Carneiro dos Santos
Professor Orientador
FIC / UFG

Prof.^a Dr.^a. Ana Carolina Rocha Pessoa Temer
Professora Convidada
FIC / UFG

Prof. Dr. Rogério Pereira Borges
Professor Convidado
PUC/Goiás

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus. Por acreditar Nele é que minha vida tem sentido. Agradeço a todos que me amam e torcem por minha felicidade e sucesso. Primeiro, pelo apoio de minha tia Janete, para que eu ingressasse no curso de Jornalismo. Aos meus primos Carol e Adriano; à minha mãe Suzete e ao meu irmão Gustavo, que tanto amo.

Um especial agradecimento faço ao meu esposo Fábio Rocha, que me deu todo apoio e suporte necessários para a realização deste mestrado, aguentando a distância e o tempo em que ficamos separados, e que sempre me deu ânimo para os estudos, e muitas vezes acreditou mais em mim do que eu mesma. Agradeço muito à minha sogra Luiza e ao meu sogro Pedro, por terem me acolhido em sua casa por todo esse tempo em que cursei o mestrado. Não deixando de mencionar também as longas e gostosas conversas com minha cunhada Flávia.

Agradeço ao meu orientador Goiamérico Santos por ter aceitado orientar e corrigir, com suas anotações e críticas cada linha deste trabalho. Por também acreditar em mim, apesar da pouca idade e experiência, e me ajudar em todas as dificuldades e indecisões passadas ao longo destes quase dois anos.

Agradeço a todos os professores das disciplinas que cursei (Ana Carolina, Suely, Lisandro, Goiamérico, Francis e Maria Luiza), às professoras de minha banca de qualificação, Ana Carolina e Maria Luiza, que deram valiosas contribuições para os ajustes teóricos desta pesquisa.

À Adriana Souza, professora de minha graduação em Jornalismo, uma verdadeira mestra na arte de ensinar. À Márcia Raduan, orientadora de meu Trabalho de Conclusão do curso de Jornalismo, e quem me proporcionou a descoberta do mundo da pesquisa científica, através do Programa de Iniciação Científica da Faculdade Objetivo.

Agradeço também à Hadassa Ester, grandiosa amiga, que também me influenciou enormemente para o ingresso no mestrado. Muito obrigada mesmo, por acreditar que eu seria capaz de realizar este sonho. Sua amizade foi uma das melhores coisas que me aconteceram no tempo em que cursei graduação.

Por fim, meus agradecimentos vão para a Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Goiás (FAPEG) cujo financiamento possibilitou o desenvolvimento desta pesquisa, e com ela, as participações nos congressos científicos, minha estadia em Goiânia, além das longas viagens de ida e volta para minha casa em Turvelândia.

“As sensações estão a ponto de se tornar as marcas de orientação e as batidas do pulso da vida social como um todo” (Christoph Türcke, 2010, p.14).

RESUMO

Partindo da constatação de que o estudo das manifestações afetivas pode viabilizar uma outra posição interpretativa ao campo da Comunicação, esta dissertação busca trabalhar com a presença da estética, das sensações, emoções e afetos imersa no campo comunicacional, especificamente no universo do jornalismo. O que nos interessa aqui é compreender, mais do que os signos representativos e intelectuais que constituem a linguagem jornalística, mas principalmente os poderosos dispositivos do afeto e da estética pelos quais essa linguagem utiliza na construção de seu discurso. Assim, o objetivo principal desta pesquisa é realizar um contraponto entre aquilo que, de um lado denominaremos *jornalismo estetizado*, e de outro, jornalismo sensacional ou sensacionalista. Nosso intento maior é tomar a emergência do conceito mais amplo de estética (como a “faculdade de sentir”) e vinculá-lo à prática do jornalismo para demonstrar que o campo comunicacional não pode ser definido apenas por sua instrumentalidade operacional, mas que outros requisitos como a sensibilidade e a subjetividade são notoriamente importantes para a construção de um jornalismo que integre a comunidade e a alteridade. De outro ponto, tomaremos o conceito de jornalismo sensacional, ou jornalismo sensacionalista para demonstrar a dupla faceta em que consiste o universo da sensação. Para isso, além da elaboração do quadro teórico de referência, nos apoiaremos na análise empírica de duas reportagens da revista *Época*, utilizando para isso, a Análise do Discurso de linha francesa.

PALAVRAS-CHAVE: Jornalismo. Estética. Sensações. Sensacionalismo. Linguagem.

ABSTRACT

Based on the observation that the study of affective manifestations can enable another interpretation position to the field of Communication, this dissertation seeks to work with the presence of aesthetics, sensations, emotions and affections immersed in the communication field, specifically in the universe of journalism. What interests us here is to understand, rather than the representative and intellectual signs that constitute journalistic language, but mainly the powerful devices of affection and aesthetic whereby the language uses in the construction of its discourse. Thus, the main objective of this research is to perform a counterpoint between what, on one side we'll name it *aestheticized journalism*, and in another, sensational or sensationalist journalism. Our main intent is to take emergency broader concept of aesthetics (like "faculty of feeling") and link it to the practice of journalism to demonstrate that the communication field cannot be defined only by its operating instrumentality, but that other requirements as sensitivity and subjectivity are notoriously important for the construction of a journalism that integrates community and otherness . From another point, we take the concept of sensational journalism, or sensationalist journalism to demonstrate the dual facet that is the universe of sensation. For this, besides the elaboration of the theoretical framework , we will have support in the empirical analysis of two reports from *Época* magazine , using for this the Analysis of Discourse of the French line.

KEYWORDS: Journalism. Aesthetics. Sensations. Sensationalism. Language.

SUMÁRIO

PÁGINAS INICIAIS.....	09
CAPÍTULO I	
Estética e sensações.....	18
1. O conceito de estética.....	19
1.1 Experiência estética.....	24
1.2 Estética e comunicação.....	31
1.3 Sensações e sensacionalismo.....	35
1.3.1 Sensacionalismo e linguagem.....	45
CAPÍTULO II	
A crise do conceito de objetividade jornalística.....	51
2. Os princípios do jornalismo.....	52
2.1 A objetividade no jornalismo.....	61
2.1.1 A crise do conceito de objetividade jornalística.....	71
2.2 A linguagem jornalística dos textos impressos.....	75
CAPÍTULO III	
Considerações teórico-metodológicas.....	80
3 O <i>corpus</i> da pesquisa.....	81
3.1 A Análise do Discurso.....	84
3.1.1 As condições de produção.....	87
3.1.2 O interdiscurso.....	88
3.1.3 Esquecimentos.....	88
3.1.4 Paráfrase e Polissemia.....	89
3.1.5 Formações imaginárias.....	90
3.1.6 Formação Discursiva.....	91
3.1.7 Ideologia e sujeito.....	92
3.1.8 Sujeito e enunciação.....	93
3.1.9 Incompletude.....	95
CAPÍTULO IV	
Por um jornalismo menos sensacional e mais sensível.....	96
4. Análise das reportagens.....	97
4.1 Análise da reportagem nº 1: <i>A suave subversão da velhice</i>	98
4.1.1 A superfície textual.....	99
4.1.2 O objeto discursivo.....	104
4.2 Análise da reportagem nº 2: <i>À espera da estadista?</i>	111
4.3 O contraponto das análises.....	119
PÁGINAS FINAIS.....	123

REFERÊNCIAS.....	127
ANEXOS.....	133
Anexo I.....	134
Anexo II.....	148
Anexo III.....	152

PÁGINAS INICIAIS

Desde seu aparecimento, a Comunicação Social vem assumindo um lugar de suma importância na vida dos sujeitos modernos, bem como modificando suas percepções, práticas e constituindo novas subjetividades. A comunicação mediatizada, isto é, a comunicação que pressupõe uma interferência na vida dos sujeitos em sociedade, em que não há um controle objetivo da recepção é o cenário pelo qual nos encontramos imersos desde que os meios de comunicação se tornaram parte de nossa vida cotidiana, além do avanço do sistema capitalista e junto com ele, da sociedade de consumo.

Neste escopo, surgem os estudos comunicacionais e informacionais, cujo campo de conhecimento ainda encontra-se em construção. O conceito plural Ciências da Comunicação designa o estudo dos processos comunicativos no interior da cultura, em que os fenômenos da vida humana são associados à produção, estocagem e difusão da informação. Mas a maior característica deste conceito plural está na perspectiva de interpretação desses processos, ou seja, na formulação de uma leitura social fundamentada em uma relação de reciprocidade e complementação com os meios de comunicação (TEMER, 2005).

No campo da Comunicação, segundo Braga (2001), todo e qualquer fato humano seria problematizável – os diferentes objetivos e objetos do humano e do social são percebidos pelo ângulo prioritário da comunicação que os organiza e deles decorre. Assim, as Ciências da Comunicação concentram-se no estudo dos processos midiáticos enquanto fenômeno histórico e social na sociedade contemporânea, sendo este o objetivo principal das formulações de pesquisa, onde o enfoque principal recai na questão das interações comunicacionais que as caracterizam¹.

Neste sentido, desde que surgiram, as ciências sociais (em nosso caso, especificamente os estudos de Comunicação que se estratificam no campo das ciências sociais aplicadas) buscam interpretar os fenômenos humanos e sociais a partir de um pensamento conceitual ancorado na razão instrumental, herança da tradição cartesiana, em que a dicotomia entre *logos* e *pathos*, a razão e a paixão (onde a segunda é considerada inferior) dá lugar “à pura lógica calculante é à total dependência do conhecimento frente ao capital” (SODRÉ, 2006 p. 12). Essa herança epistemológica cujas bases estão em René Descartes realiza uma separação entre sujeito e objeto, onde o primeiro adquire a condição de criatura, superior a seu objeto. O

¹ Apesar desta afirmativa, entendemos que as condições de possibilidade do conhecimento específico ao campo comunicacional são bem maiores que as retratadas aqui. No entanto, esta tarefa vai mais além do objetivo deste trabalho.

sujeito seria a fonte de todo o conhecimento; um conhecimento racional, abstrato, dedutivo e calculável (matemático). Entretanto, essas ideias inatas de Descartes não seriam suficientes para compreender o conhecimento derivado da experiência. Para Francis Bacon, John Locke, David Hume e os empiristas ingleses, o sujeito cartesiano pensa a experiência como uma derivação da racionalidade, não conseguindo explicar outros fenômenos, como por exemplo, os da física. Este conjunto de estudos relativos à natureza do conhecimento, apesar de apresentar atualizações e novas interpretações ao longo dos tempos sempre esteve ancorado na racionalidade como forma de compreensão do mundo. Em Emmanuel Kant, há a formulação da ideia de uma crítica da razão pura, capaz de estabelecer leis que materializassem o comportamento moral dos indivíduos. Em outras palavras, o comportamento humano deveria estar assegurado por uma razão pura que pudesse oferecer ao indivíduo uma necessária confiabilidade. Portanto, este seria o cerne da tentativa kantiana de fundamentar o estado de Direito, partindo de uma razão abstrata (dada *a priori*) para se criar um saber derivado do intelecto puro. Para ele, somente uma metafísica de nossos costumes é que poderia fornecer um estudo dos princípios racionais de nossa conduta.

O fato é que o culto à racionalidade entronizou-se em nossa cultura ocidental, ocupando espaço privilegiado na academia. A própria tradição dos estudos de Comunicação ainda não conseguiu se desvencilhar da herança das teorias que têm em sua essência um modelo linear que reduz o fenômeno do sentido ao da codificação e decodificação informacional. A teoria matemática, por exemplo, adota a ideia de comunicação como um sistema no qual uma fonte de informação seleciona uma mensagem desejada a partir de um conjunto de mensagens possíveis, codifica esta mensagem transformando-a num sinal passível de ser enviada por um canal ao receptor, que fará o trabalho do emissor ao inverso. Ou seja, a comunicação é entendida como um processo de transmissão de mensagem por uma fonte de informação, através de um canal, a um destinatário. Apesar de esta teoria ter sido aperfeiçoada ao longo dos anos, as “novas” teorias que surgiram posteriormente, principalmente as do jornalismo ainda não conseguiram escapar a esta estrutura fundamental do objeto.

Mas, para Muniz Sodré, a forma de conhecimento e os dualismos que a racionalidade criou, progressivamente vêm perdendo força, pois os novos modos de operação da ciência e da técnica lançam grandes desafios quanto à “velha garantia entre o sensível das imagens e a verdade inteligível do mundo” (SODRÉ, 2006, p. 12). Assim, o campo comunicacional não

pode ser definido apenas através de sua instrumentalidade. Com o desenvolvimento da ciência e das novas tecnologias comunicacionais e informacionais, progressivamente, a ideia do caráter de instrumentalidade da técnica vem perdendo fôlego. Abrem-se agora, diversas perspectivas epistemológicas que passam a pensar os efeitos da técnica sobre o homem (e não apenas o contrário), como também deixam de levar em consideração somente a lógica argumentativa dos fatos ou a razão esclarecedora para dar lugar àquilo que Sodré denomina de “registro afetivo do mundo” ou o “sensível de uma situação”.

Nesta perspectiva, a proposta por uma nova compreensão acerca das epistemologias, da ciência e seus objetos no panorama histórico atual, trata-se não só de dissolver com as velhas dicotomias que marcam historicamente os campos científicos, mas também de esclarecer que o saber, a inteligência e o conhecimento não dependem apenas da “consciência clara de um ‘eu’ puramente racional, já que são muitas as formas de compreensão que caminham na obscuridade” (SODRÉ, 2006, p. 31).

A informação, a comunicação, a imagem com todas as suas tecnologias – uma forma de conhecimento sem os requisitos hierárquicos imprescindíveis à formação e à circulação dos saberes clássicos – têm-se progressivamente imposto aos sujeitos da teoria e da prática como o pretexto para se cogitar de um outro modo de inteligibilidade do social. Por quê? Porque a afetação radical da experiência pela tecnologia faz-nos viver plenamente além da era em que prevalecia o pensamento conceitual, dedutivo e sequencial, sem que ainda tenhamos conseguido elaborar uma práxis (conceito e prática) coerente com esse espírito do tempo marcado pela imagem e pelo sensível, em que emergem novas configurações humanas da força produtiva e novas possibilidades de organização dos meios de produção (SODRÉ, 2006, p. 12).

Desta forma, partindo da constatação de que o estudo das manifestações afetivas pode viabilizar uma outra posição interpretativa ao campo da Comunicação, esta dissertação busca trabalhar com a estética, as sensações, emoções e afetos imersos no campo comunicacional, especificamente no universo do jornalismo. Para isso, buscamos recusar a clivagem forjada entre razão e paixão (ainda que reconheçamos a dificuldade em fazê-lo) na construção do pensamento moderno. O que nos interessa aqui é compreender, mais do que os signos representativos e intelectuais que constituem a linguagem jornalística, mas principalmente os poderosos dispositivos do afeto e da estética pelos quais essa linguagem utiliza na construção de seu discurso. Assim, o objetivo principal desta pesquisa é realizar um contraponto entre aquilo que, de um lado denominaremos *jornalismo estetizado*, e de outro, jornalismo

sensacional ou sensacionalista. O primeiro está ligado às manifestações do sensível, em que faz uso da linguagem literária e poética para narrar os fatos e oferecer ao receptor uma experiência estética, o “fazer sentir”. Esta dimensão do sensível não pode ser entendida somente através de uma apreensão cognitivo-proposicional, porque não consegue explicar os fatos apenas pela lógica argumentativa. Por outro lado, ao propor um estudo da estética no jornalismo, em que conceitos como sensações e emoções serão analisados, logo teremos de nos deparar com outro conceito, que se mostra complexo, mas já pesquisado há algum tempo: o jornalismo sensacional, ou jornalismo sensacionalista.

Para a realização deste estudo, partimos inicialmente da hipótese da não existência de objetividade e imparcialidade no jornalismo, entendendo que seu discurso está amplamente ancorado em sensações, afetos e emoções, principalmente em notícias de interesse humano, que relatam os dramas e horrores da vida cotidiana, a violência, as histórias de vida, os conflitos pessoais, entre outros². Existe, em grande parte das notícias, principalmente aquelas com forte carga de interesse humano, um discurso que atinge o campo da afetividade, das sensações e emoções, em oposição à referida busca e existência de objetividade nas informações. Assim, as narrativas sensacionais estão arraigadas no próprio fazer jornalístico atual, e o único aspecto que vai diferenciar a imprensa sensacionalista da imprensa de “referência” é a forma de utilização dessas narrativas (AGUIAR e SCHAUN, 2010). Destarte, é na forma de utilização da linguagem, que se torna possível diferenciar um jornalismo estetizado (que busca construir um discurso tomando de empréstimo elementos da literatura, das artes e do cinema etc., com o objetivo de afetar a dimensão do sensível da recepção) de um jornalismo sensacional (que parte de uma linguagem grotesca e exagerada, em que superdimensiona e dramatiza os fatos, através de um tom escandaloso e espetacularizado).

Por que pesquisar esse tema?

O interesse em pesquisar as sensações contidas no universo jornalístico surgiu no curso de Iniciação Científica, quando ainda cursava a graduação. No início, o interesse estava

² O material jornalístico de interesse humano encontra-se bastante ligado ao *fait divers* – termo francês que designa “fatos diversos”, ou seja, àquilo que representa as notícias escabrosas, insólitas, que fogem totalmente da normalidade do cotidiano. Na clássica reflexão de Roland Barthes (2007), diferentemente de uma notícia da ordem do ordinário, o *fait divers* vai se caracterizar por sua *imanência*: uma informação total, onde não é preciso conhecer nada do contexto do mundo exterior para poder compreendê-la, ou seja, não remete a lugar algum além dele próprio.

em pesquisar o que era aquilo denominado jornalismo sensacionalista. Tentar entender o que estava oculto nessa contraposição entre se fazer um jornalismo objetivo, imparcial, que atendesse ao interesse público, mas também às demandas do mercado, e por outro lado visualizar notícias que carregavam fortes apelos emocionais, que fugiam totalmente do primado do fazer jornalístico contido na teoria fazia parte de uma inquietação pessoal.

A questão de se fugir do senso comum em relação ao que entendíamos por jornalismo sensacionalista era também um desafio. Geralmente, o que se tem de conclusão mais imediata é que jornais, sejam eles televisivos, radiofônicos ou impressos, que priorizam a emoção em detrimento da informação buscam apenas melhorar sua audiência, em razão do lucro. Ou ainda, (com uma visão mais preconceituosa) que o público destes jornais fosse composto pelas classes menos abastadas que se contentam com notícias superficiais, que lhe despertem a curiosidade. Mas, é possível que a questão se limite a isso? A explicação de que os jornais, mesmo aquele mais tradicional ou de referência possível também trabalhe com aspectos sensacionais, como investigado por Matheus (2006)³ trouxe nova luz a essa problemática. Em primeiro lugar, entendemos que objetividade ou imparcialidade, princípios norteadores do campo jornalístico estão na ordem de uma busca impossível, quase utópica. É nas classificações das notícias que a relação entre objetividade e subjetividade pode ser entendida, pois existem tipos de notícias, conhecidas como *hard news*, que por si só podem ser comunicadas de forma mais objetiva. Mas, por outro lado, em se tratando de materiais jornalísticos que têm o humano como foco principal, aquelas conhecidas como de interesse humano, esse quadro muda. Como fazer uma reportagem que envolva seres humanos, suas dores, tragédias e misérias sem possuir sensibilidade ou mesmo ser solidário a esses problemas? Como seria possível compreender os sujeitos da comunicação se o jornalista contar apenas com fatores objetivos, mantendo-se o mais distante e neutro possível destes sujeitos? Além disso, o próprio conceito de objetividade jornalística precisa ser analisado e

³ A dissertação de mestrado de Letícia C. Matheus busca, em primeiro lugar, compreender a razão pela qual o jornal *O Globo*, um jornal considerado de cunho mais tradicional e não-sensacionalista necessita construir narrativas que privilegiem o medo. Isto é, a pesquisa trabalha com a narratividade jornalística do medo e de quais figuras do imaginário carioca *O Globo* se dispôs para configurar essas narrativas. Como uma de suas conclusões, a autora explica que “(...) O Globo se vale cotidianamente de estratégias oriundas de narrativas sensacionais, com forte traço popular, derivado da cultura oral, e que, mesmo leitores de elite compartilham visões hiperbólicas, sensacionais e melodramáticas do mundo. Essa conclusão contribui para superar um entendimento do que é popular e tentar diminuir o preconceito contra um modo de fazer jornalístico que representa não sua distorção, mas seu pilar fundamental” (MATHEUS, 2006, p. 130).

contextualizado, já que carrega uma forte carga de complexidade e insere-se num contexto histórico, social e cultural mais amplo.

Neste sentido, embora nosso foco de trabalho não seja necessariamente na crítica da forma como é realizada e transmitida a notícia, entendemos que a supremacia da racionalidade na construção do material jornalístico vem entrando em declínio, pois vem sendo cada vez mais alvo de preocupação a necessidade de se adotar um jornalismo que não se valha apenas do fator “objetividade”, mas sim que seja mais reflexivo e humanizado. Se o significado latino de comunicação é o de tornar comum, de compartilhar, o papel do jornal também é o de abrigar um caráter de comunhão e integração entre as pessoas, como bem aponta o jornalista Alberto Dines (1986).

Para Raymond Williams (1969), a comunicação não é apenas transmissão, mas também recepção e resposta. Além disso, está muito mais ligada ao sentido de comunidade, naquilo de se tornar comum, do que apenas transmissão de mensagem. Para ele, não é possível pensar numa genuína teoria da comunicação, tendo apenas como bases as técnicas de comunicação de massa, fragmentos da linguística ou da psicologia ou apenas as técnicas de transmissão. Esta teoria precisa levar em conta a comunidade, compreendendo-se, acima de tudo, que comunicar é sempre oferecer, transmitir, trocar experiências com Outro. Não uma questão de dominação, imposição de ideias, mas sim, na partilha dessa experiência comum. O entrecruzamento da comunicação e da cultura se dá exatamente na questão das partilhas comuns, de modo que uma é dependente da outra.

[...] transmitir é sempre oferecer e que esse fato deve determinar sua forma de apresentação: não é uma tentativa de dominar, de impor, mas de comunicar, de conseguir recepção e resposta. Recepção ativa e resposta viva dependem, por sua vez, de uma efetiva comunidade de experiência e sua qualidade depende, com igual certeza, do conhecimento de uma prática igualdade os cidadãos. Os vários tipos de desigualdade, que ainda dividem a comunidade em que vivemos, tornam difícil ou impossível a comunicação eficaz. Não dispomos de uma genuína experiência comum, a não ser em raros e perigosos momentos de crise. O que nos está custando, em toda espécie de moeda, é hoje bem visível. Necessitamos dela para não dispor de uma abstração, mas porque não sobreviveremos sem seu auxílio (WILLIAMS, 1969, p. 325).

E esta troca comum de experiências pode estar intrinsecamente ligada aos afetos e sensações que são produzidos no contato (físico, virtual) das pessoas, ou seja, naquilo que se encontra numa dimensão mais perceptiva do que racionalista. A estética emocional, pela qual

explana Maffesoli em *O tempo das tribos* (1997) consiste exatamente no sentir junto, compartilhar e vivenciar mesmas experiências. As comunidades emocionais compreendem o compartilhamento dos mesmos sentimentos, emoções que estão sempre em aberto, passíveis de transformações. Essas experiências não expressam um projeto racional ou político, mas sim numa sensibilidade coletiva. O que dá consistência a essas comunidades de destino está inscrita nas crenças, nas afetividades, nas conversas de botequim, nas trocas de sentimentos e visões de mundo, entre outras. Com as novas tecnologias, essas experiências integram-se às comunidades virtuais, redes sociais, blogs etc., mas não deixam de manter o contato físico.

É assim que partimos do pressuposto de que o jornalismo atual necessita mais do que nunca desse fator humanístico, e o jornalista, tornar-se um indivíduo mais sensível às questões que o rodeia. A este jornalismo que trabalha de modo mais sensível e imerso com os fatos de interesse humano e representa uma ruptura com o modelo atual mecanicista/imediatista/sensacionalista, teceremos o conceito de *jornalismo estetizado*, no sentido de que desperta afetos, emoções e sensações, não imediatos ou fugazes, mas inscritos na duração. Para isso, deve-se fazer transitar a base do jornalismo da técnica para o sujeito; um sujeito que torna-se sujeito nas relações com os *Outros*.

No que concerne à estrutura deste trabalho, o mesmo está dividido em quatro capítulos, sendo que os dois primeiros tratam especificamente do quadro teórico de referência, o terceiro acerca da metodologia utilizada e o último, da análise dos objetos empíricos. No capítulo I: *Estética e Sensações* são apresentados, de um lado, conceitos como estética, experiência estética, estética e comunicação; e de outro, os conceitos de sensacionalismo e linguagem sensacional. Articula o conceito de estética em sua origem etimológica, a do grego *aisthesis* – uma sensação causada pela percepção sensorial, através de um estímulo externo – além da apropriação do termo pelo campo de pesquisa da Comunicação. Além disso, no mesmo capítulo, adentramos a uma revisão de literatura acerca do sensacionalismo na imprensa, da linguagem jornalística e trabalhamos com o conceito de sensação e sua relação com o sensacionalismo.

No capítulo II: *A crise do conceito de objetividade jornalística* realizamos um percurso na história do jornalismo moderno, analisando como se deu o surgimento do conceito de objetividade jornalística, bem como a crise do conceito que se apresenta nos dias atuais. Além disso, o último tópico busca identificar o atual padrão e técnica da linguagem

jornalística, especialmente da linguagem da notícia impressa, objeto de estudo empírico deste trabalho.

No capítulo III: *Considerações teórico-metodológicas* são apresentadas as considerações teórico-metodológicas da pesquisa, ou seja, os percursos metodológicos que serão traçados para a concretização da análise empírica, baseada nos fundamentos da Análise do Discurso de linha francesa.

Por fim, no último capítulo: *Por um jornalismo menos sensacional e mais sensível*, apresentamos as análises das reportagens da revista *Época*, momento pelo qual os objetos empíricos observados serão interligados ao objeto teórico, possibilitando assim a construção de uma relação dual, em que o ponto de chegada retorna ao ponto de partida e os dados se integram.

CAPÍTULO I
Estética e sensações

1. O conceito de estética

“Os sentidos nos enganam, portanto, é razoável concluir que, em sua maioria, as percepções que se apresentam de imediato são na verdade o resultado de uma educação da qual a memória não reteve os traços, e que antes de aprender a pensar, nós tivemos de aprender a perceber”⁴.

Estética é a faculdade sentir com os sentidos. Esta é a definição do criador do termo, o filósofo alemão Alexander G. Baumgarten (1714-1762), no seu livro *Aesthetica*, publicado na primeira metade do século XVIII. Antes mesmo de se referir à arte e ao estudo do belo, a palavra estética é derivada do grego *aisthesis*, que significa sentir com todos os sentidos (visão, tato, olfato, audição, paladar, além do “senso de equilíbrio físico”, sentido pelo qual a ciência adicionou aos cinco já existentes), a “faculdade de sentir” ou a compreensão pelos sentidos. Terry Eagleton, em *A Ideologia da Estética* (1993) corrobora o sentido de estética em sua formulação original, em que concernia a toda região da percepção e sensação humanas, em oposição ao domínio do pensamento conceitual. Estética origina-se de uma relação dicotômica entre o material e o imaterial, o animado e o inanimado, como coisas e pensamentos, sensações e ideias. Segundo o autor, a estética nasceu como um discurso a respeito do corpo, de nossas sensações que advêm de nossas percepções físicas – o mundo atingindo o corpo através das superfícies sensoriais. Tudo aquilo que está na ordem dos afetos, dos sentimentos, das emoções, das sensações: nossas aversões, o cheiro, o tato, o olhar, tudo isso que pode ser apreendido pelos sentidos humanos diz respeito à estética.

Embora o surgimento dos primeiros trabalhos sobre estética após o século XVIII representasse uma nova compreensão acerca do universo do sensível, do intangível do ser humano, ainda assim predominava uma miopia na filosofia clássica. Isto porque, todo o terreno em que consiste à sensação tenderia a estar refém da razão, pois é exatamente na afirmação de que “a estética é um domínio da existência que participa da perfeição da razão” (EAGLETON, 1993, p. 17), em que o poema obedecia a uma lógica, a um pensamento conceitual, que quanto mais confuso ele fosse (confusão, no sentido de fusão), mais claro e perfeito ele se tornaria – é que percebemos a invenção da estética como uma teoria das potências inferiores da alma.

⁴ Alain (1900, p. 747 apud BARROS, 2012, p. 3), tradução livre.

Destarte, a estética já nasceu resvalada a um campo inferior, “irmã da lógica”, como um apêndice da razão.

A estética é, assim, o nome dado àquela forma híbrida de cognição capaz de esclarecer a matéria bruta da percepção e da prática histórica, desvelando a estrutura interna do concreto. A razão, como tal, persegue seus orgulhosos fins, bem distante de tais particulares inferiores; mas uma imitação sua, trabalhadora, chamada estética, surge no mundo, como uma espécie de subempregada cognitiva, para conhecer, na sua especificidade, tudo aquilo para o qual a razão mais alta é necessariamente cega. Porque a estética existe, os densos particulares da percepção podem se tornar luminosos ao pensamento, e os concretos determinados podem ser reunidos na narrativa histórica. “A ciência”, escreve Baumgarten, “não deve ser empurrada para a região mais baixa da sensibilidade, mas o sensível deve ser elevado à dignidade do conhecimento” (EAGLETON, 1993, p. 19).

É na Alemanha do século XVIII, com a predominância do regime absolutista e do estado feudal, que nasce a necessidade de se falar sobre a estética. Isto porque, havia um grande poder autocrático que produzia a exploração dos camponeses, impunha pesadas burocracias, onde a indústria era controlada pelo estado, e o comércio pelos impostos, além da falta de capital, de comunicação (no sentido de troca de informação), de iniciativa, entre outros. Por outro lado, via-se um rápido crescimento da casta intelectual literária profissional, que começava a exercer funções que iam além dos interesses aristocráticos. No entanto, o discurso sobre estética emerge-se no sentido ideológico, como apoio ao poder absolutista. “Este poder necessita, para seus próprios propósitos, de algo que dê conta da vida ‘sensível’, pois sem esse entendimento dela nenhum domínio pode ser seguro”⁵ (EAGLETON, 1993, p. 18).

Na sociedade burguesa deste mesmo século, a última força de coesão, além daquela coercitiva do absolutismo feudal, já havia sido instalada: o manejo das subjetividades, o controle dos hábitos, sentimentos, costumes, afetos. Assim, o poder, naquele tipo de regime, havia sido estetizado. Mas quando o poder absolutista é derrubado, a sociedade burguesa alemã se vê desprovida daquele sentido que o *ancién regime* proporcionava. E é nesse ponto que a estética adquire maior importância, pois consegue, através do universo que a compõe, a

⁵ Desde a Antiguidade Grega, através das obras de Platão e Aristóteles, já se tinha ciência de que a poderosa eloquência dos oradores dependia do controle calculado da paixão, bem como do uso dos recursos de linguagem ou figuras de sentido (tropos), que ofereciam excelentes recursos para a retórica clássica. O sucesso da mobilização emocional através da palavra dependia, em parte, do trabalho afetivo que se fazia com a linguagem (SODRÉ, 2006).

saber, os afetos, sentimentos, hábitos e costumes dar “coerência a uma ordem social, que de outro modo se mantém atomizada e abstrata” (EAGLETON, 1993, p. 24).

Para Sodré (2006, p. 86 e 87), a invenção de estética que Baumgarten iniciou, combina dois diferentes tipos de sentidos: o primeiro concerne à “lógica da capacidade inferior do conhecimento (fantasia, imaginação, afetos)”; e o segundo, à “poética filosófica (lógica do conhecimento sensível), presentes na tradição filosófica que remonta a Aristóteles”. Na concepção de Sodré, a acepção literal do termo surge na *Crítica da razão pura*, de Kant. Mas foi através de Baumgarten, com sua epistemologia da sensibilidade que o conhecimento do sensível adquiriu razoável reconhecimento, mesmo que por muito tempo, tenha sido resvalado a um campo inferior da razão.

Mas é possível afirmar que foi com a *Crítica da faculdade do juízo* de Kant (1995), que o termo foi adquirindo novas acepções (principalmente no que condiz às condições do julgamento do gosto, ao juízo estético e ao comportamento contemplativo e intuitivo que os indivíduos têm diante de algo belo), transformando-se em disciplina autônoma, adquirindo relativa importância. Começa-se, assim, através de Kant, a equiparar-se estética com a arte, sendo aquela uma reflexão sobre esta, pois a arte possibilita o acionamento de nossas redes de percepção sensível, além de levar à reflexão ou impulsionar a ação (SANTAELLA, 2008).

De fato, é em Kant que a autonomia da disciplina estética se dá. Mas a estética aqui é concebida como uma reflexão sobre as obras de arte e a irreduzível subjetividade do sentimento do gosto (JIMENEZ, 1999). Para Eagleton (1993), a estética de Kant entra como força insuficiente para abarcar a dimensão do corpo – é excessivamente subjetiva (não-sensualista) e compõe-se por uma teoria abstrata dos direitos políticos. Já em Hegel (apud EAGLETON), a questão da estética alarga-se mais, porque sua ideia de razão engloba três dimensões: o cognitivo, o prático e o afetivo; e é em sua análise da sociedade burguesa que ele observa a necessidade de uma educação racional do desejo pela autorrealização (*Bildung*) que leve os indivíduos a relacionar harmonicamente o particular, o universal e o individual. Portanto, a unidade interior da Razão hegeliana integra-se em três premissas: o conhecimento, a prática moral e a autorrealização prazerosa.

Embora a estética, e com ela a experiência estética tenham tido variadas acepções ao longo dos séculos, e sendo a estética um conceito contraditório e complexo, que em sua concepção inicial estava ligada à dimensão corporal, aos nossos afetos e subjetividades, como observado por Eagleton – será no campo da arte que ela vai se legitimar, tornando-se uma

disciplina autônoma, um ramo da filosofia que trata da arte, que em muitas vezes vai se confundir com a própria Filosofia da Arte ou a Sociologia da Arte. Nos dias atuais, diante da complexidade dos fenômenos sociais e culturais, a palavra *estética* vem adquirindo novas acepções, deixando de se limitar apenas à esfera do artístico, podendo ser definida, em linhas gerais:

[...] como um modo de acolher a experiência sensível de captação dos valores (e, logo, um modo guardião do vocabulário ordenador dessa vivência), portanto, como um modo não redutível aos parâmetros da experiência política, ética, religiosa, intelectual etc. Em outras palavras, esse “modo” é capaz de acolher uma teoria do belo e da arte, mas igualmente uma teoria da sensibilidade, entendida como o conhecimento intuitivo transmitido pelos sentidos, sem a mediação reflexiva dos conceitos (SODRÉ, 2006, p. 89).

Esta definição de estética feita por Sodré vai ao encontro com os objetivos delineados neste trabalho, porque a arte não é (principalmente com a atual configuração da cultura, da comunicação e do entretenimento), o único lugar onde a função estética possa se dar. Outros fenômenos, fatos e atividades atualmente existem, produtos da atividade humana onde aquilo que se convencionou denominar de “experiência estética” pode ocorrer, sem que essa experiência esteja restrita à arte. No caso de nossas vidas ordinárias, o conteúdo afetivo presente nessas existências delineia vários caminhos possíveis para que se torne possível entender as relações entre estética e as formas simbólicas midiáticas. Em outras palavras, interligando estética, experiência estética e comunicação, podemos, através de novas perspectivas teóricas, alargar o sentido de estética, ultrapassando seu conceito da tradição filosófica do julgamento de obras de arte, para tomá-lo através de sua figura múltipla, de sua polissemia, e até mesmo de sua conceituação original.

Neste novo plano, adapta-se o conceito de estética interligando-o à comunicação. Segundo Liesen (2010), existem três momentos ou posicionamentos teóricos em que a nomenclatura “Estética da Comunicação” foi reivindicada. Em primeiro lugar, com o trabalho do esteta italiano Mário Costa e o artista francês Fred Forest em 1983, que em suas propostas vinculavam a criação artística com os meios de comunicação e os processos comunicativos; em 1993 com o filósofo pragmatista Herman Parret, através da obra *Estética da Comunicação* onde se preocupou em analisar o elemento afetivo de uma comunidade comunicacional; e em 1997 com o comunicólogo francês Jean Caune, que analisou a questão do caráter

comunicativo da experiência estética e, sobre o caráter estético do processo comunicativo. Em torno destas três posições teóricas que se dividem as atuais discussões em torno da relação entre comunicação e estética. No Brasil, os pesquisadores César Guimarães, Bruno Souza Leal e Carlos Camargos Mendonça organizaram o livro *Comunicação e Experiência Estética* (2006), como resultado de debates ocorridos no Simpósio Internacional Comunicação e Experiência Estética, na cidade de Belo Horizonte, dos dias 13 a 15 de setembro de 2004. A proposta do livro é inaugurar no país este novo campo de estudos, que vincula nossa experiência atual de mundo, ou seja, as formas de nossa vida ordinária com as racionalidades não-estéticas, que estão na base dos diversos fenômenos comunicativos contemporâneos, principalmente no que diz respeito às poéticas tecnológicas. Assim, estas novas perspectivas teóricas “têm buscado uma atualização da problemática da estética, a qual se vale acertadamente da análise de fenômenos artísticos típicos de nossa época (...)”, mas não se limitam a isso. (GUIMARÃES, LEAL e MENDONÇA, prefácio, 2006, p. 7 e 8).

Nesta mesma perspectiva, a Estética da Comunicação que Martino (2007) propõe não é aquela mesma ligada à arte, ou a produtos artísticos ligados à mídia, ou então à relação da arte com os meios de comunicação. Muito mais do que algo restrito ao estudo e reflexão sobre a arte, o conceito de estética hoje perpassa por novas interpretações (através da guinada cultural) – “estética é o local da produção de sentido”. Está intrinsecamente ligada à percepção transcendental, à consciência individual e à produção de sentidos que se dá pela experiência estética.

Neste sentido, em todo caso, há de se adotar neste trabalho, um entendimento de estética em sua origem etimológica, a do grego *aisthesis*, uma sensação causada pela percepção sensorial, através de um estímulo externo. É a leitura do mundo que fazemos através de nossa sensibilidade. “O mundo é minha representação”, como já dizia Schopenhauer (2005, p. 43), representação pela qual faço através do uso de minha sensibilidade. Portanto, se minha realidade é construída por minha percepção sensível, é através da comunicação, da interação contínua, que essa realidade se fará – então, nada mais clarificador que afirmar que nossa existência também se dá pela comunicação.

1.1 Experiência estética

Face à existência de inúmeras teorizações sobre experiência estética, torna-se difícil realizar um mapeamento que abarque todas elas, pois isso nos tomaria muitas páginas, sem que haja tal necessidade, principalmente porque grande parte dessas teorizações está vinculada à experiência estética erigida pelas obras de arte. Por isso, teceremos nesse tópico, algumas das principais contribuições deste campo de estudos, realizando um apanhado geral, principalmente no que concerne à experiência estética sob o ponto de vista das articulações entre sujeito e objeto.

Foi na Alemanha do final dos anos 1960 que Hans Robert Jauss, na chamada Escola de Konstanz deu início a estudos denominados Estética da Recepção. Mas certamente foi com o filósofo norte-americano John Dewey, em *Art as experience*, escrito em 1934, que o conceito ainda embrionário foi retirado do domínio exclusivamente artístico, “retomando aqui a concepção grega de *kalon-agathon*, ou seja, a ideia de convergência dos valores estéticos e éticos difundidos nas mais variadas dimensões da comunidade” (LIESEN, 2010, p. 40).

Na obra *A estética do século XX* (1998) o italiano Mario Perniola realiza um mapeamento das principais correntes teóricas sobre estética do século XX, e analisa as incríveis transformações ocorridas neste campo, no que concerne às questões conceituais e às noções de vida, forma, conhecimento e ação. Primeiramente, relaciona estética com a vida e a experiência vivida. Depois, analisa a estética da forma, estética e conhecimento, estética e ação, e por fim, a estética e o sentir. De acordo com o autor, no século XX, a estética como disciplina passou por vários desenvolvimentos, deixando de ser somente uma teoria filosófica do belo e do bom gosto e viu-se envolvida com questões da literatura, das artes figurativas, da música, da comunicação, além de confrontar-se com os grandes problemas da vida individual e coletiva, o sentido da existência, da vida cotidiana, entre outros. Interessa-nos aqui, através das análises de Perniola, identificar os principais conceitos de experiência estética. Em segundo lugar, atentar para a relação entre estética e os *media*, pela qual o autor também cita em seu trabalho.

Através do entrecruzamento da experiência estética com o sentido da vida, a experiência vivida assume a forma de experiência estética, segundo Perniola (1998) citando Dilthey (1961). Para este, os historiadores e poetas são os sujeitos capazes de dar sentido à existência humana, pois “fazem reviver os antepassados, ou, melhor dizendo, fazem-nos

efetivamente viver, porquanto a sua vida natural não era mais do que um contínuo desaparecer!” (PERNIOLA, 1998, p. 19). O “sentido” da vida, assim, está no reviver dos momentos particulares da vida e da coletividade, com sensibilidade e inteligência. Por isso é que os historiadores e poetas desempenham importante papel neste reviver.

Se para Dilthey, a vida deve ser considerada através de sua dimensão temporal, George Santayana (apud PERNIOLA, 1998) acredita que a experiência estética como sentido da vida, encontra-se na ordem da objetivação, dos juízos de valor, das valorações morais. Ética e estética estão intrinsecamente ligadas, pois segundo ele, os juízos estéticos consistem na afirmação de um valor, são positivos – diferentemente dos juízos morais, ora negativos, pois buscam prevenir o mal, o sofrimento.

A experiência estética é, todavia, qualquer coisa que está para além de um mero juízo intelectual: ela é uma percepção apreciativa e, assim, implica um comprazimento sensível que vai além de um simples exercício de pensamento. Ela é um ato vital que brota da dimensão mais profunda e escondida de nossa existência (PERNIOLA, 1998, p. 20).

Diferentemente de Dilthey e Santayana, Henri Bergson, em *Duração e Simultaneidade* (2006) vê na experiência estética a experiência do viver enquanto *durar*, ou seja, a realidade, como também a vida vão além de quaisquer previsões, sendo que o acaso, a desordem, a desarmonia são aspectos que fazem parte de nossas vidas. Desse modo, seria inútil dar à vida um objetivo, um modelo preexistente. Bergson relaciona a experiência estética com a intuição, que está entre a inteligência e o instinto. A intuição seria para o filósofo um modo de apreender a realidade imediata, compreendendo-a diretamente ao objeto, numa relação direta. Neste contexto é que a experiência estética se compõe – ela está inscrita na percepção cotidiana e sua utilidade e necessidade, como também na atenção dada à “individualidade das coisas”. A intuição é transformada em metafísica quando sobressai ao nível do individual e toma a vida geral como objeto: “através da experiência estética e metafísica nós colocamos-nos no coração das coisas e do seu devir. Elas são a própria vida experimentada e vivida de modo diverso” (PERNIOLA, 1998, p. 28).

Para Georg Simmel (ainda de acordo com o mapeamento de Perniola), a vida é mais do que a forma em geral. A experiência estética consiste num aniquilamento de toda a forma (considerada um constrangimento), pois esta parece querer bloquear o devir imparável da vida. Não existe necessidade de objetivação da vida, pois ela é algo vivente, autônomo e

imediatamente, e orienta toda sua ação para o aniquilamento da forma. Por isso que para Simmel, viver é destruir.

Já nas concepções de Karl Jaspers e José Ortega y Gasset (diferentemente dos teóricos citados na síntese de Perniola), acreditam que somente a arte por si só não consegue suprir as exigências e solicitações da vida. Para aqueles, a experiência estética já não está para a definição da vida, pois aquela está numa posição diferente sobre a vida real – a dimensão estética deve ocupar-se das problemáticas da ética e suas projeções, não de dar definição à vida. Para Jaspers, a arte é uma presença simbólica, de transcendência na existência (a arte é *cifra da transcendência*). Para Ortega, a arte ocupa um lugar de intimidade na vida, estando muito distante do território do mundo real. Aqui, a arte é *irrealização*, no sentido de que “desrealiza a realidade substituindo-a com a sua transposição sentimental” (PERNIOLA, 1998, p. 39).

Se para Kant na *Crítica da Faculdade do Juízo* (1995), a característica da experiência estética está na noção de “finalidade sem a representação de um fim”, o trabalho teórico de Herbert Marcuse, segundo Perniola, desloca a noção de estética da vida e da metafísica para o campo da política. Em linhas gerais, para Perniola, a força da teoria de Marcuse está no fato de que ela faz reforçar o significado político da experiência estética, introduzindo modos de pensar e sentir alternativos à realidade cotidiana dominada pelo dinheiro e pelo poder. Para Marcuse, a arte, como também a forma estética não precisam descrever a realidade tal qual ela é, mas sim, transcendê-la. Mas isso não quer dizer que a imaginação deva prevalecer sobre a realidade, pois esta é o campo concreto das lutas e caminho para a emancipação. Assim, a arte seria a manifestação de um modo de vida livre e autônomo, sendo que a experiência estética garantiria à vida um valor intrínseco (o próprio fim) e sua própria lei em si mesma.

Por fim, Perniola busca no conjunto das obras de Michel Foucault o que haveria de estética em suas proposições teóricas. Talvez porque Foucault não mencione o termo *estética* em suas obras, não fica muito claro reconhecer o que realmente há de estética neles. Entretanto, é na dimensão totalizante de seu corpo teórico, como por exemplo, o estudo dos dispositivos da sexualidade, que se torna mais visível sua extensão estética. Para Perniola, é muito difícil separar e individualizar o que há de essencialmente estético em Foucault, porque seu discurso pode ser considerado “especificamente estético, porque fundamentalmente estética em sentido vitalista é a inspiração fundamental do seu pensamento” (PERNIOLA, 1998, p. 45).

Neste sentido, o pensamento foucaultiano concernente ao biopoder é o terreno pelo qual a tecnociência juntamente com o novo capitalismo se inserem. O novo capitalismo metaboliza as forças vitais com uma enorme avidez, lançando e relançando ao mercado, constantemente novas formas de subjetividade que serão adquiridas e de imediato descartadas, alimentando uma espiral de consumo de modos de ser em aceleração constante. Nesse diapasão, é possível compreender em que lugar se insere o interesse dos estudos de estética, ora renovados: no problema da *bios*, rica em valores e significados, e muito mais complexa, pois a própria sociedade atual caracteriza-se por sua complexidade. É assim também que o termo *estética*, nos dias atuais não se reduz apenas à reflexão sobre as obras de arte, mas insere-se como um estudo das formas de o homem perceber, se colocar no mundo e produzir sentidos.

Em sua *Teoria do Agir Comunicativo* (2012) Jürgen Habermas apresenta a ideia de uma “racionalidade comunicativa”, a qual não se opõe a uma mesma forma de racionalidade fria e calculista, mas agrega-se a tantas outras que existem – científica, ética, estética – estendendo a noção de prazer estético através das mídias tecnológicas que difundem as obras de arte junto ao público. Com este teórico, a aproximação da estética com a comunicação dá-se exatamente no sentido de que as mídias, com sua capacidade de amplificar a atividade linguageira, são capazes de favorecer a interação entre indivíduos, a troca de discursos, ampliando a intersubjetividade e a intercompreensão. As ideias de Habermas influenciaram, a partir de então, uma continuidade de estudos que vinculavam a estética com a comunicação.

O pesquisador da nossa contemporaneidade, professor César Guimarães (2006), por exemplo, um dos criadores do Grupo de Trabalho da Compós, denominado “Comunicação e Experiência Estética”⁶ retoma a questão da experiência estética analisando-a através de suas relações com a comunicação e o cotidiano. Para ele, a experiência estética não pode ser apreendida de modo cognitivo-proposicional (embora possa ser comunicada a terceiros), mas também não é um elemento subjetivo:

⁶ “O GT busca apontar caminhos na interseção entre os fenômenos comunicacionais e as teorias estéticas, contribuindo para a reflexão e a crítica das manifestações expressivas, tanto em trabalhos teóricos quanto analíticos. Busca compreender questões vinculadas à dimensão estética dos processos comunicacionais e dos produtos da cultura contemporânea (na medida em que impliquem a dimensão ativa da sensibilidade) e ainda aos aspectos teórico-metodológicos da apreensão da experiência estética nas práticas interacionais” (Fonte: site da Compós - Associação Nacional de Programas de Pós-Graduação em Comunicação).

Para tanto, a experiência estética é destituída daquela “transcendência na imanência” de que nos fala Bohrer e inserida em um contexto específico de ação e comunicação, isto é, uma situação na qual o sujeito é levado a desenvolver uma compreensão pragmático-performativa do objeto que lhe é apresentado (GUIMARÃES, 2006, p. 15).

Influenciado pelas reflexões de Martin Seel (1993) e Jean-Marie Schaeffer (2000), o pesquisador acredita que a atitude estética carrega um conhecimento pessoal, implícito e prático – apesar de a experiência estética estar centrada no indivíduo, outras dimensões, como a social e a psicológica terão a função organizadora de moldar o sentido. Assim, o que haveria de específico na experiência estética seriam as *performances artificiais* pelas quais a comunicação da experiência se realiza. Neste sentido, a percepção estética põe em jogo uma relação entre a significação dos objetos estéticos e nossa experiência presente, “ao permitir fazermos uma experiência *com* as experiências presentificadas pelos objetos” (GUIMARÃES, 2006, p. 16). Assim, a experiência estética não pode ser considerada como subjetiva, pois possui efeitos práticos em nossa vivência, ao mesmo tempo em que pode mudar de acordo com nossa posição no mundo, sendo suscetível ao acontecimento, à situação.

O estudo da experiência estética também abre discussões sobre os processos de recepção dos produtos midiáticos, além da produção de sentidos que incide na experiência estética das pessoas, inserida na relação da obra e seu conjunto maior, a sociedade. Neste caso, parece-nos bastante oportuno reivindicar as reflexões de Laan Mendes de Barros (2012) acerca da experiência estética desdobrada em experiência poética, através da produção de sentidos.

Tendo como maior referência a obra do filósofo francês Mikel Dufrenne, *Phénoménologie de l'expérience esthétique* (1953), Barros realiza alguns recortes que examinam as articulações entre sujeito e objeto “como instâncias interdependentes no contexto da experiência estética” (BARROS, 2012, p. 2). A grande contribuição teórica que a articulação de Dufrenne faz recai na questão de se pensar a experiência estética como uma experiência da recepção, em que rejeita o conceito clássico e linear da teoria da informação – emissão-mensagem-recepção, mas que pensa a experiência através da interpretação que cada espectador faz dele, como também leva em consideração a experiência que o executante ou “artista” perpassa, pois o artista também é espectador da obra na medida em que a cria. Assim, é essa junção entre a experiência do espectador que é testemunha e consagra a obra, e a experiência do criador que também é espectador de sua obra e a reconhece no ato da obra,

que é possível se falar numa experiência estética. “O espectador não é somente a testemunha que consagra a obra, ele é, à sua maneira, o executante que a realiza; o objeto estético tem necessidade do espectador para aparecer” (BARROS, 2012, p. 3, apud DUFRENNE, 1981, p. 82).

Embora as reflexões de Dufrenne não citem o processo de recepção comunicacional, nem a produção de produtos midiáticos, é totalmente considerável usufruirmos dessa concepção para a experiência estética em contextos comunicacionais, como Barros o faz. Aqui, a experiência estética caracteriza-se também como a experiência do espectador, no sentido de se reconhecer que o receptor encontra-se numa posição ativa e criativa, onde lhe é permitido “enxergar além das aparências do objeto”, bem como recriar, através de sua percepção estética, aquilo que lhe foi dado através da experiência.

[...] para Iser, entre autor e leitor ocorre como que um jogo, no qual “o texto é composto por um mundo que ainda há de ser identificado e que é esboçado de modo a incitar no leitor a imaginá-lo e, por fim, a interpretá-lo” (ISER in: LIMA, 2002, p. 107). Para ele, essa dupla operação de *imaginar* e *interpretar* leva o leitor a construir novas formas e sentidos, a partir de seu contexto, “transgredindo” as referências propostas no texto (BARROS, 2012, p. 7 e 8)⁷.

Reconhece-se então, (como os teóricos dos Estudos Culturais também já haviam feito) que a recepção é uma prática ativa, social e coletiva, como também de resistência. Embora admitamos que cada indivíduo interprete os “textos”⁸ através de suas referências individuais,

⁷ Esse ato de recriação (imaginação e interpretação) pode ser entendido através das leituras que fazemos dos objetos que nos são apresentados. Num sentido literal, essas leituras podem ser desdobradas em novos objetos, reinterpretadas através das leituras criativas que fazemos com eles. Henry Jenkins (2012) cita esse fenômeno, afirmando que na atual cultura participativa qualquer trabalho dado representa um impulso para a ocorrência de respostas criativas. Um bom exemplo disso é a produção de sentidos criada através destas respostas: “(...) a leitura criativa nos dá a capacidade de reescrever textos que não satisfazem nossos interesses completamente. Tenha em mente que podemos reescrever textos por fascinação ou frustração ou muitas vezes uma fusão complexa de ambos” (JENKINS, 2012, p. 13). Talvez o maior exemplo desse tipo de apropriação e recriação de objetos seja o que o próprio autor menciona e analisa em seu trabalho – a *fan fiction*, ou comunidade de fãs. As pessoas que fazem parte da *fan fiction* utilizam histórias originais e romances das séries de TV, filmes, quadrinhos, games, livros, entre outros produtos midiáticos e as reescrevem da forma como desejam que a história ocorra. Este exemplo é bastante clarificador para entendermos como acontece a recepção de forma criativa, onde a imaginação e interpretação juntas oferecem novos horizontes e até mesmo novos produtos que evidenciam essa transformação da recepção atual. Entretanto, entendemos também, que nem todo receptor possui interesse e principalmente capacidade para fazer esta leitura criativa.

⁸ O sentido de texto nesta perspectiva refere-se à noção de tecido: aquilo que é confeccionado pela inteligência humana, um produto que tem seu sentido através da relação e diálogo que mantém com os outros, no sistema de comunicação. É um produto que entra na corrente da sociedade e da cultura, mas que só será revelado quando

isso também vai depender dos contextos sociais, políticos, culturais e econômicos pelos quais esses indivíduos se inserem. Assim, a recepção é ao mesmo tempo, uma prática individual, coletiva e social⁹. Mas a produção de sentidos que se dá pela interpretação que o espectador consagra à obra e as relações destes com o executante tomarão uma dimensão não apenas individual como também coletiva e cultural. Desse modo, para que a experiência estética se concretize é necessário que o espectador imirja na região da sensibilidade do objeto estético; essa imersão se dá pela percepção estética. Logo, prioriza-se mais a percepção estética do que o próprio objeto estético.

Portanto, para que a experiência estética se desdobre em experiência poética, o campo da recepção deve se operar em um novo processo criativo. Neste ínterim,

[...] teriam lugar não só os movimentos interpretativos realizados na fruição, mas também, a transformação dos sentidos ali produzidos em novos discursos, que se oferecem a novas interpretações, em um processo dialógico e dialético, vivenciadas por “comunidades interpretativas” (...) (BARROS, 2012, p. 9).

A recepção exerce, assim, papel fundamental nas experiências estéticas, deixando de ser somente um agente passivo ou indiferente, como outrora fora considerada. Porém, diante da configuração cultural pela qual nos encontramos, o que esperar, ou mesmo identificar como experiência estética torna-se uma grande problemática. Nestes tempos em que a cultura da mídia volatiliza as sensações (produto de uma modernidade acelerada, frenética e efêmera), convertendo-as no espetacular, no chamativo, parece complicado separar um genuíno prazer estético do arrebatamento dos estímulos superficiais impulsionados cotidianamente pelas mídias.

1.2 Estética e comunicação

As reflexões iniciadas nos tópicos anteriores abrem espaço para que prossigamos a discussão que alimenta parte deste trabalho: as relações entre estética e comunicação e em

compreendido pelo discurso (FÍGARO, 2012, introdução). Em síntese, são os produtos culturais entendidos como formas empíricas de uso das linguagens.

⁹ Mas a fruição de um produto artístico também demanda um conhecimento prévio, logo, dependendo não só do contexto em que se insere o indivíduo. É preciso que o espectador compreenda, nem que seja minimamente, quais os problemas e que forma de representação contextualizam o artista e a obra.

específico, entre estética e jornalismo. Como se sabe, o debate das duas primeiras cresceu, na medida em que houve uma erupção, ao longo do século XX, do universo da comunicação mediatizada, da proliferação das imagens em movimento, do advento da cibercultura, da apropriação das formas e sensações nas linguagens da comunicação, e claro dos avanços tecnológicos digitais. A aproximação entre os campos da estética e da comunicação volta-se principalmente no estudo das poéticas tecnológicas, em que pela primeira vez, com o advento das tecnologias digitais, tornou-se possível experimentar uma expansão das práticas estéticas (LIESEN, 2010).

Neste contexto de novas linguagens configuradas a partir do uso humano das tecnologias de inteligência, retomamos a Marshall McLuhan (1996), o grande teórico da Comunicação que apontou o declínio da Era Mecânica, na qual as ações humanas eram caracterizadas pela lentidão e não tinham grande impacto imediato, e constatou a nova fase em que os seres humanos estavam passando: a Era Elétrica, caracterizada pela velocidade e tecnologia que envolve toda a humanidade e em profundidade suas ações. Foi com a aguçada e ousada teoria de Marshall McLuhan sobre os meios de comunicação como extensões do homem, que pela primeira vez a forma estética foi repensada a partir dos *media*, segundo Perniola (1998). No entanto, este é apenas um dos pontos tratados na obra *Understanding Media*, pois McLuhan abrange as questões sobre os meios de forma universal.

Inicialmente, em McLuhan, estética e comunicação são vistas sob a égide da arte, sendo que para ele, somente o artista seria o indivíduo capaz de enfrentar, de maneira imune a tecnologia, porque ele é um perito nas mudanças de percepção (MCLUHAN, 1996). Para o autor existem duas formas fundamentais de representação, aquelas que se dão através dos meios quentes e dos meios frios. Os meios quentes caracterizam-se por sua “alta definição”, em que prolonga apenas um dos sentidos. Este meio é simples, linear, visual, hierárquico, e pode ser exemplificado pela escrita alfabética, a fotografia, a imprensa, o cinema. Os meios quentes limitam muito a capacidade de participação da audiência, implicam um consumo uniforme e mecânico.

Já os meios frios, exemplificados pelo telefone, pelo telégrafo, pela televisão, pelo computador são aqueles que permitem maior participação, são meios implosivos, instantâneos, heterogêneos, estão ligados à oralidade. Pertencem à atual Era da Eletricidade porque abrem caminho para um período essencialmente estético e altamente criativo (PERNIOLA, 1998). Entretanto, é preciso olhar para este período de forma mais equilibrada,

sem cair nas exaltações ou negativas. Se o meio quente representou a época moderna (do período do Renascimento em diante), em que as várias estéticas da forma representavam a alternativa do clássico, como o barroco, o gótico, o bizantino; o período atual caracteriza-se por uma cultura submetida aos dispositivos eletrônicos e digitais que possibilitam um novo fruir estético, através das mutações e hibridismos da linguagem.

Lucia Santaella (2008, p. 36) conta que Karl Marx sonhava com que numa sociedade justa e igualitária, qualquer pessoa pudesse se tornar um pintor. No entanto, o que Marx não pôde prever foi que com o advento da computação gráfica e os recursos para produção de imagens, sons e textos, antes restritos apenas para profissionais especializados, hoje, tornaram-se disponíveis a qualquer pessoa que tenha acesso a um computador com tais recursos¹⁰. Neste sentido, é a linguagem digital que torna possível a produção e manipulação de textos, imagens, sons, entre muitas outras possibilidades. Santaella denomina essas novas práticas estéticas de linguagens líquidas:

Não há mais lugar, nenhum ponto de gravidade de antemão garantido para qualquer linguagem, pois todas entram na dança das instabilidades. Texto, imagem e som não são mais o que costumavam ser. Deslizam uns para os outros, sobrepõem-se, complementam-se, confraternizam, unem-se e separam-se, entrecruzam-se. Tornaram-se leves, perambulantes. Perderam a estabilidade que a força de gravidade dos suportes fixos lhe emprestavam. Viraram aparições, presenças fugidias que emergem e desaparecem ao toque delicado da pontinha do dedo em minúsculas teclas [...]. (SANTAELLA, 2008, p. 38).

Diante destas transversalidades das linguagens, é certo que o que hoje a autora denomina de “estéticas tecnológicas”, ou “infoestética” (LEV MANOVICH, 2006, apud SANTAELLA, 2008) nasceu a partir do domínio da técnica pelo homem. Mas técnica não é sinônimo de tecnologia, como advertem Santaella (2008) e Santos (2010). Para Santos, a técnica se faz à revelia da vontade e das ações da coletividade – o domínio técnico encontra-se nas mãos de seletos grupos que buscam rentáveis lucros. Assim, a técnica é uma habilidade prática, como a arte do artesão, ou o trabalho do médico, habilidades estas que são distribuídas em todas as áreas do saber fazer humano. A tecnologia é produto desta técnica, sendo que aquela é apropriada pelos indivíduos, pessoas comuns que aprendem a dominá-la –

¹⁰ Entendendo-se, entretanto, que nem todos os indivíduos são capazes, ou têm habilidade para fazer uso de tais recursos, mesmo tendo-os à sua disposição.

“a tecnologia, como um conhecimento acerca da própria técnica, avança além dela”, pontua Santaella (2008, p. 39).

Neste sentido, a tecnologia se faz em qualquer lugar onde haja um aparelho ou dispositivo. Quando a coletividade humana, através das habilidades individuais faz uso destes dispositivos tecnológicos, ela está produzindo linguagem, e as máquinas internalizam essa mesma linguagem, dando “corpo a um saber técnico introjetado nos seus próprios dispositivos materiais” (SANTAELLA, 2008, p. 39). Dessa forma, essas máquinas apresentam-se como “máquinas semióticas”.

Até este ponto, nossa reflexão apontou apenas para a relação ou interseção entre estética e comunicação, mostrando como a criação artística e, portanto, a *aisthesis* pode se apropriar dos meios de comunicação, das tecnologias ou dos produtos midiáticos para se manifestar. No entanto, através de outras visadas, algumas proposições teóricas afirmam que o próprio ato comunicativo apresenta-se num entrecruzamento das esferas poéticas e estéticas do Ser. Isto significa dizer que o ato da comunicação não se restringe apenas à manifestação do *logos*, mas também à manifestação de afetos, emoções, sentimentos, sensações. A comunicação estaria intrinsecamente ligada à estética, de modo que o próprio ato comunicativo apresentar-se-ia “na dimensão de sua relação entre sujeitos, partindo do princípio de que é no indivíduo, em sua sensação perceptiva – sua *aesthesis* – que está centrado o processo comunicativo” (MARTINO, 2007, p. 11).

Dessa forma, a associação entre estética e comunicação a qual Martino faz abre espaço ao termo “Estética da Comunicação”¹¹ que, em outras palavras, teria como maior objeto o estudo do sujeito, de sua consciência comunicativa, de sua relação com o Outro:

A Estética da Comunicação pensa a comunicação do indivíduo em suas relações com o “mundo da vida”, com o Outro, seja outra pessoa ou a mídia. O ato estético se apresenta como o primeiro ato na redução da consciência aos seus dados imediatos – uma suspensão do sentido para a compreensão dele mesmo (MARTINO, 2007, p. 17).

As reflexões deste autor, descritas no livro *Estética da Comunicação: da consciência comunicativa ao “eu” digital*, concentram-se, em grande parte numa análise centrada no sujeito, onde o processo da comunicação se dá especialmente no indivíduo, mas também nos

¹¹ Este termo foi efetivamente inaugurado no livro de Jean Caune, *Esthétique de la communication: Que sais-Je?* PUF, 1997.

diálogos que mantém com os Outros. Assim, o fluxo comunicacional, como também a existência humana partem da intencionalidade de uma consciência individual para outras consciências – “a intencionalidade prevê uma relação indelével entre os limites subjetivos da consciência aplicados ao mundo [...]” (MARTINO, 2007, p.26).

Neste sentido, se tomarmos o conceito de jornalismo interligando-o a uma estética comunicacional, pensando o jornalismo como agenciador de uma comunidade, de um sentir em comum, onde aquilo que caracteriza a natureza do jornalismo proporciona um sentimento de comunidade, poderíamos afirmar, ademais, que se a comunicação é também um ato estético, o jornalismo apresenta-se como um bom exemplo para pensarmos através desta perspectiva, pois a ênfase incide muito mais naquele profissional que transmite as notícias – o sujeito comunicador – do que na prevalência da técnica, nos “modos” de se fazer jornalismo.

O sujeito comunicador tem como matéria-prima a narrativa da contemporaneidade. Ele produz significados, sentidos sobre a realidade. Ele é um ser carregado de subjetividades, que como qualquer outro profissional necessita da técnica para executar o seu trabalho. Mas antes de tudo, o jornalista não é um ser racional, objetivo, neutro ou imparcial, embora as empresas de comunicação almejem essas propriedades. O jornalista necessita de sua sensibilidade natural para retratar uma história, para entrar em contato com o Outro.

Assim, não seria exagerado afirmar que nos dias atuais, o jornalismo e os jornalistas necessitam mais do que nunca da estética, daquela faculdade de sentir inerente ao ser humano, do encontro da consciência com os Outros, perdida em meio à ditadura da objetividade e da racionalidade impregnadas nos discursos contemporâneos. Pois como afirma Maffesoli (1997) grande parte da existência social escapa à ordem da racionalidade instrumental.

Desmistificando boa parte do discurso sobre o problema do individualismo, causa de todas as desgraças humanas, discurso este já sendo tido como lugar-comum, Maffesoli propõe um outro ponto de vista para se pensar as formas de vida das sociedades contemporâneas, calcadas numa nova forma de tribalismo (que ele denomina *neotribalismo*). Sob o terreno da empatia é que esse novo social pode ser caracterizado: “[...] pode-se dizer que assistimos tendencialmente à substituição de um *social* racionalizado por uma *socialidade* com dominante empática. Essa vai exprimir-se numa sucessão de ambiências, de sentimentos, de emoções” (MAFFESOLI, 1997, p. 39).

Dentro desta configuração, deste novo paradigma estético ancorado nas partilhas, nos compartilhamentos de crenças, afetividades, conversas, trocas de sentimentos, de visões de

mundo é que o jornalismo pode se manifestar, no sentido de estar aberto ao Outro, de compreender seus sentimentos, suas misérias, seus conflitos. Trata-se, pois, de tentar compreendê-los utilizando-se de sua sensibilidade, de sua osmose com o Outro. Como afirma Maffesoli (1997, p. 37), “com efeito, enquanto a lógica individualista se apoia numa identidade separada e fechada sobre si mesma, a pessoa (*persona*) só existe na relação com o outro”. Assim, a comunicação acontece nessa dialogia, nessa relação que estabelece com os Outros.

Porém, é exatamente na questão do diálogo, da osmose que está a maior dificuldade que o sujeito comunicador tem de efetivamente se conectar com o Outro. Como a lógica do jornalismo está atrelada ao fluxo contínuo das sensações fugazes e imediatas, jornalista e público não conseguem ser capazes de vivenciar os sentimentos inscritos na duração.

Diante do exposto, uma questão um tanto quanto retórica influencia-nos a indagar se a real capacidade dos indivíduos de sentir e vivenciar os sentimentos não estaria anestesiada com essa avalanche de sensações, imagens, emoções e apelos aos estímulos sensoriais pelos quais eles são intensificamente compelidos e guiados.

1.3 Sensações e sensacionalismo

A linguagem e narrativa jornalística contemporânea estão impregnadas de apelos ao *hiper-estímulo* das sensações (implícita ou explicitamente) e à dramatização do acontecimento. Mas, por que tudo o que envolve a palavra sensação é vista de modo pejorativo tanto para os estudiosos da Comunicação, quanto para o senso comum? Sensação não é apenas aquilo que se relaciona a sensacionalismo, o chamativo, o espetacular, mas antes de tudo, em seu sentido etimológico refere-se à percepção, percepção das coisas, e que está também relacionada à estética. Entretanto, é exatamente na primeira definição que prevaleceu, até a atualidade, a definição desta palavra.

Em uma tese inovadora, influenciada pela teoria crítica, pela psicanálise de Freud e pelas ideias marxistas, o filósofo alemão neofrankfurtiano Christoph Türcke aborda em *Sociedade Excitada* (2010) exatamente esta mudança de significado da palavra sensação e como ela se tornou o paradigma de nosso modo de vida atual. Se nessa dissertação estamos traçando um contraponto entre aquilo que é considerado um jornalismo que se utiliza da linguagem sensacionalista, e aquele jornalismo que toma a estética e a poética para a criação

de uma linguagem criativa, inovadora, humanizada, sensível, capaz de levar o indivíduo à reflexão, sem cair na ditadura da objetividade, é necessário aprofundar tais termos descritos.

De acordo com o Dicionário Aurélio de Língua Portuguesa (sítio da internet), o significado de sensação é:

s.f. Impressão recebida pelo sistema nervoso central quando um dos órgãos dos sentidos recebe um estímulo exterior (muitas vezes associada a prazer ou dor): sensação de frio. / Fig. Impressão moral; emoção. / Surpresa, espanto seguido de certa agitação: **notícia que causou sensação**. / Vivência significativa que mobiliza afetos e emoções: **viver à procura de novas sensações**. // Fazer ou causar sensação, produzir nos outros impressão marcante de espanto, de admiração, de interesse etc. (Disponível em <http://www.dicionariodoaurelio.com/>, *grifo nosso*).

As últimas três definições são as que mais nos interessam. Percepção de algo comum, que outrora designava a palavra sensação deslocou-se para percepção de algo incomum, como nos aponta TÜRCKE (2010). Aquilo que chama atenção, o espetacular, o insólito, o diferente e o extraordinário podem ser entendidos, a partir do século XVIII, como significado de sensação: “Notícia que causou sensação”; “Viver à procura de novas sensações”, exemplificam muito bem o deslocamento do sentido semântico desta palavra.

Quando a modernidade estava se estabelecendo, e finalmente, quando a Revolução Francesa se consolidou, dois diferentes tipos de discursos sobre sensação surgiram, de acordo com TÜRCKE: o filosófico (que procurava fundamentar epistemologicamente o processo de percepção), incluindo também a moderna fenomenologia, a teoria da *Gestalt* e a neurofisiologia; e o vulgar, ligado ao senso comum, que se ocupa de questões concernentes à superexcitação da sociedade, disposta pela “maquinaria de sensação”, que, entre muitos outros, é constituída pela máquina midiática. Embora os filósofos que se ocupavam do termo sensação em seu sentido ordinário, o julgassem indigno de reflexão, é o segundo tipo de discurso que sustenta, até hoje, a conceituação do termo¹².

Entendemos, assim, que a mudança de sentido da palavra sensação foi resultado não só dos grandes acontecimentos que deram origem à modernidade (Revolução Francesa, surgimento da ciência moderna, revolução tecnológica etc.), mas também do surgimento da imprensa como empresa capitalista, com sua necessidade diária de publicar notícias que

¹² Diferentemente dos filósofos da geração de Kant, Hume e Berkeley, TÜRCKE acredita ser o discurso vulgar o terreno mais propício para se analisar filosoficamente a sensação, como ele mesmo o faz em seu trabalho.

abastecessem as páginas dos jornais, além da explosão, a partir do século XX dos meios audiovisuais.

Segundo Türrcke, a expressão *esse est percipi* (ser é ser percebido) criada pelo teólogo anglicano George Berkeley ainda no século XVIII explicita de forma muito esclarecedora as transformações da palavra sensação: o que não é visto, notado ou percebido, simplesmente não é. Assim, para que alguém seja alguém é preciso ser notado, levado em consideração, visto. Este argumento serve para pessoas poderosas, que ocupam altos cargos – estes sim são realmente notados. Já os subordinados ou serviçais não são dignos de atenção. Apesar de serem percebidos, por conta de sua presença corporal, eles não são notados, não chamam atenção. Este fato nunca mudou. O que mudou é que hoje a presença corporal desaparece por detrás da presença midiática. Desta forma, tomando emprestada de Max Weber a ideia do “aí de seu ser”, Türrcke esclarece que o “aí” da presença corporal desaparece, dando lugar ao “aí” da presença midiática:

(...) por todos os lados, a presença corporal produz um efeito pálido e apagado em comparação com a midiática. Isso não é válido apenas para o telespectador, que está “aí” em um sentido muito mais fraco do que aquele que cintila em seu aparelho. Vale também para tudo aquilo que é filmado. Sua existência somente está “aí” para ser um “aí” das mídias de massa: como suporte e material da presença midiática (TÜRRCKE, 2010, p. 41 e 42).

Aplicando este argumento ao conceito das sensações, o autor utiliza outra expressão *esse est percipere* (ser é perceber), que significa dizer que hoje “quem não tem sensações, não é”. Obviamente que o sentir, a sensibilidade são próprias do ser humano; se não se pode sentir, é porque se está morto. Todavia, as mídias se apoderam deste dado fisiológico, interpretando-o à sua própria maneira, e criando formas de proporcionar estímulos e torrentes de excitação bem maiores que aquelas que recebemos do ambiente físico de nosso dia a dia. Tais estímulos cotidianos, entretanto, não possuem nenhum “aí”, são estímulos quase imperceptíveis, em comparação com os advindos das mídias. Estes, por outro lado, representam “estímulos demais”, e não permitem que o organismo seja capaz de transformar os puros estímulos em percepção.

Deste modo, no que concerne às sensações utilizadas pelas mídias em geral, o problema, como veremos adiante, é que nos programas de rádio e televisão, jornais, literatura de largo consumo, entre muitos outros produtos culturais há uma intensa exploração

mercadológica da sensação que resulta em sua transformação em emoção fácil, imediata, banal e fugaz – dando vazão ao conceito mais conhecido como sensacionalismo.

Este último, destarte, encontra-se na ordem do sensacional (que produz grande sensação). Acrescentado ao sufixo de origem grega *ismo*, produzirá a palavra sensacionalismo, entrando, portanto, como uma ramificação para a palavra sensação, o que atenua ainda mais, seu sentido negativo.

A partir do século XVII, quando os panfletos com tiragens esporádicas foram gradualmente se transformando em jornais com tiragem regular, e com isso, os jornais começaram a se transformar em empresas que poderiam obter lucro, mas também corriam o risco de ir à falência, o material noticiável começou a passar por uma significativa transformação. A lei de base da lógica da notícia teve uma reviravolta. O modo de confecção de notícias tornou-se mais sofisticado, recebendo uma nova ênfase; enfim, o jornalismo estava se tornando uma profissão. Desde então, eis que surge uma inversão da lei de base da lógica da notícia: o que antes, quando da imprensa como veículo político, estava centrado em “a ser comunicado, porque importante”, ao se tornar veículo empresarial, passa a “importante, porque comunicado”. Isto porque, o jornal, se tornando gradualmente uma empresa de comunicação e posteriormente uma rede de informação, era necessário que tivesse diária ou semanalmente notícias dignas de serem comunicadas (TÜRCKE, 2010).

Agora, não é mais necessário saber se os acontecimentos dizem respeito a todos, é preciso que se faça (forçadamente) que sejam. Como afirma Türcke, esta é a perversão da lógica da notícia. “Inflar o banal, simplificar o complicado, chamar a atenção pública para determinados públicos e desviar de outros: isso pertence a ela, como a transpiração ao corpo” (TÜRCKE, 2010, p. 18). No entanto, para a imprensa poder sobreviver como uma empresa lucrativa, ela precisa fazer com que se torne importante tudo aquilo que ela se propõe a divulgar. Sendo assim:

Não é mais suficiente que os acontecimentos sejam por si só explosivos, confeccionados de forma chamativa, ou que tenham as manchetes gritadas como nas edições de outrora; o meio audiovisual necessita mobilizar todas as forças específicas de seu gênero e ministrar a notícia com toda a violência de uma injeção multissensorial, de forma que atinja o ponto que almeja: o aparato sensorial ultrapassado dos contemporâneos (TÜRCKE, 2010, p. 19).

Quando o autor menciona a última frase – “o aparato sensorial ultrapassado dos contemporâneos” é possível fazer uma ponte com as teorias sociais de Georg Simmel, Siegfried Kracauer e Walter Benjamin, trabalhadas no pequeno ensaio de Ben Singer (2001) sobre a modernidade neurológica e o início do sensacionalismo.

Com suas formulações teóricas acerca da modernidade, Simmel, Kracauer e Benjamin conseguiram captar uma nova definição de modernidade, acrescentando às que são caracterizadas pelas normas e valores sujeitos a questionamentos; surgimento da racionalidade instrumental e pela grande quantidade de mudanças tecnológicas e sociais, que se deram com o início da ciência moderna. Esta nova definição de modernidade, que encontra-se ancorada na ordem *neurológica* refere-se àquilo que Singer (2001) localizou que havia de comum nos trabalhos dos três teóricos. A modernidade também deveria ser entendida através da mudança da experiência subjetiva dos indivíduos, caracterizada por choques físicos e perceptivos no ambiente, além da nova intensidade de estimulação sensorial. Este ambiente, agora especificamente urbano tornou-se “marcadamente mais rápido, caótico, fragmentado e desorientador que as fases anteriores da cultura humana” (SINGER, 2001, p. 96).

Com o rápido crescimento das cidades, a aglomeração de multidões, o barulho, o trânsito, a propaganda com seus painéis e anúncios, as feiras populares, as vitrines, a velocidade, o transporte rápido, os horários fixados para tudo, além do crescimento de jornais que estimulavam ainda mais as sensações fugazes, o indivíduo moderno passa a ter uma experiência subjetiva com seu impacto visual e auditivo, amparado por estimulações físicas e sensoriais sem precedentes. Esta experiência sensorial, relacionada com o caráter efêmero da modernidade tem seu auge com o nascimento da imagem em movimento, onde as pessoas buscavam a sala escura – local capaz de reproduzir a realidade que se vivia. Para Singer, o cinema era um tipo de espetáculo capaz de dar sentido a estes estímulos exacerbados. O cinema canalizava estes estímulos e amenizava os choques diários. Ele e os outros espetáculos do final do século XIX e início do XX eram, assim, as expressões da experiência urbana e moderna.

Com a ascensão da modernidade neurológica, e, portanto, o surgimento dos meios impressos e audiovisuais, capazes de acompanhar e compensar a carga de estímulos desta modernidade há uma mudança substancial no aparato sensorial dos indivíduos, que no decorrer do século XX até os dias atuais passou por transformações que o deixaram

“ultrapassado”, exacerbado¹³. “O organismo mudou de marcha, por assim dizer, sincronizando-se ao mundo acelerado”. O organismo ficou condicionado a receber, gerar e necessitar sempre de novos estímulos, “uma vez que somente passatempos estimulantes podiam corresponder às energias nervosas de um aparelho sensório calibrado” (SINGER, 2001, p. 117).

O surgimento de jornais sensacionalistas e dos novos entretenimentos populares corresponderia, segundo Singer, citando Kracauer, Benjamin e seus predecessores, à nova estrutura da vida diária, como também o reflexo e o sintoma destes novos tempos:

[...] essa ampla escalada do divertimento sensacionalista foi claramente um sinal dos tempos: o sensacionalismo era a contrapartida estética das transformações radicais do espaço, do tempo e da indústria. Ao evitar uma explicação mais estritamente socioeconômica, eles conceberam a comercialização do “suspense” como um reflexo e um sintoma (assim como um agente ou catalisador) da modernidade neurológica (SINGER, 2001, p. 115).

A concepção do fenômeno da modernidade neurológica ajuda a compreender, em parte, os conceitos que envolvem o termo sensacionalismo (no que concerne ao jornalismo). Em primeiro lugar, como se sabe, o sensacionalismo já era priorizado com o surgimento dos primeiros jornais do Ocidente. No século XIX, havia jornais na França que eram conhecidos como *canards* e tinham apenas uma folha. Em seu conteúdo, havia histórias de catástrofes, crianças violentadas, cadáveres cortados em pedaços, eclipses, entre outros. Os primeiros jornais franceses surgidos entre 1560 a 1631, já tinham características sensacionalistas. O *Nouvelles Ordinaries* e o *Gazette de France* elaboravam notícias sensacionais, usando *fait divers* parecidos com os atuais. Havia também, antes mesmo desses dois jornais, os *occasionnels*, que eram brochuras, onde se expunham exageros, falsidades e *fait divers*. Nos Estados Unidos, o jornal intitulado *Publick Occurrences* (Ocorrências Públicas), primeiro jornal americano que surgiu em 1690, também possuía características sensacionalistas, porém teve apenas uma única edição (ANGRIMANI, 1995, p. 20). Em 1833, surge ainda nos Estados Unidos, o primeiro jornal de massas, o *New York Sun*, que segundo Amaral (2006)

¹³Aqui, Singer situa sua pesquisa no século XX, com o surgimento do cinema e dos jornais sensacionalistas, sendo que desde então, o desenvolvimento tecnológico trouxe novos meios de comunicação, como a televisão, o rádio, a internet, o *video game*, os *tablets*, os celulares etc., que atenuam ainda mais as excitações e distrações dos contemporâneos, tornando seu aparato sensorial indubitavelmente “superexcitado”.

passa a tratar de notícias relacionadas a “interesse humano”, pois muitos jornais da época limitavam seus assuntos à política. A narrativa detalhada de histórias reais, crimes, dramas humanos, entre outros era a principal inovação, ou mesmo revolução que este jornal produziu a partir de então. O *Sun* custava apenas um centavo, em inglês, um *penny* – surge daí a expressão *penny press*. Mas vai ser com a criação dos jornais *World Journal* e *Morning Journal*, ambos pertencentes a magnatas norte-americanos, que a imprensa sensacionalista americana atingiria seu auge. Estes dois jornais também surgem com a ascensão da modernidade, eis um dos motivos de seu exorbitante sucesso. No Brasil, os primeiros elementos de sensacionalismo foram os folhetins, surgidos em 1840, que não possuíam todas as características sensacionalistas, porém marcaram o início da construção desse tipo de narrativa, em que faz um intenso uso do melodrama.

Mais tarde, na década de 1920, começam a aparecer no Brasil, os primeiros jornais diários. Esses jornais estavam deixando de lado as matérias dedicadas à política e passando a divulgar manchetes recheadas de ilustrações e fotografias, além de mostrar os dramas e horrores da vida cotidiana. Para atrair e vender mais dedicavam-se a divulgar tragédias e acontecimentos espetaculares, que se tornaram sucesso de vendas (BARBOSA e ENNE, 2005).

Os jornais do Rio de Janeiro se destacaram por esse tipo de publicação. Notícias envolvendo roubos, crimes, incêndios, desastres, entre outros eram os principais chamarizes desses jornais. “A sociedade parece de tal forma contida nessas narrativas que o leitor tem a impressão de ser partícipe daquela realidade (BARBOSA e ENNE, 2005)”. Existia uma grande semelhança desses jornais com os folhetins do século XIX, em relação à busca de uma aproximação maior com o público. Entretanto, neste momento, os jornais brasileiros utilizam o sensacionalismo espelhando-se nos jornais norte-americanos. Os exageros predominam fazendo com que a realidade se misture com a ficção.

As tragédias cotidianas descrevem conteúdos imemoriais, que aparecem e reaparecem periodicamente sob a forma de notícias. Mudam os personagens, não as situações. De tal forma que podemos dizer que existe uma espécie de *fluxo do sensacional* que permanece interpelando o popular a partir de uma narrativa que mescla o ficcional com a suposição de um real presumido. São temáticas que repetem os mitos e as representações que falam de crimes e mortes violentas, de milagres, de desastres, enfim, de tudo o que foge a uma ideia de ordem presumida, instaurando a desordem e um modelo de anormalidade. (BARBOSA e ENNE, 2005, s/p).

A partir dos anos de 1980, dois jornais são considerados como os que moldaram o gênero sensacionalista no Brasil: o “Notícias Populares” e a “Última Hora”. Nesta época, as noções de objetividade, imparcialidade e outras técnicas jornalísticas já estavam consagradas. O Brasil passava por transformações profundas (processo de democratização) e a tecnologia se encontrava em pleno desenvolvimento.

O uso do sensacionalismo entra novamente em cena como arma de vendas e estabilidade no mercado. A “Última Hora” nascera na época do governo de Getúlio Vargas e foi criada por Samuel Wainer. Era conhecido por seu papel político e por ser atuante nas reformas dos anos 1950. Entretanto, no início dos anos 1980, perdeu grande parte de seu público e de anunciantes, e mudou seu foco para as classes mais baixas da população. Dessa forma, passa a usar tons sensacionalistas, com destaque para matérias policiais e *fait divers*.

“Notícias Populares” (NP) nasceu em 1963. No início, seu conteúdo se assemelhava ao da “Última Hora”. Anos mais tarde, os dois jornais pertenciam à mesma editora, a Frias-Caldeiras, da Folha da Manhã. Danilo Angrimani (1995) explica que em seu início, o NP era demasiado precário, comprometedor, pois era acusado de golpista e colaborador da ditadura militar. Posteriormente, quando passou a ser comandado pela “Folha da Manhã”, suas notícias centralizaram-se em crimes, sexo e fatos sobrenaturais. Alcançou tiragens gigantescas e enfrentou inúmeros processos judiciais, em decorrência das manchetes e fotografias exageradas. Ao realizar a análise do jornal, Angrimani atribui algumas características ao NP como: *fait divers* predominante nas manchetes, apoiado no triângulo sexo-crime-escândalo; uso da “cascata”; linguagem coloquial, entre muitos outros. O “Notícias Populares” foi o principal jornal que marcou o gênero sensacionalista no país, fechando em 19 de janeiro de 2001¹⁴.

Por outro lado, a incidência das estratégias da ordem do sensacionalismo no veículo televisão aconteceu pouco tempo após o surgimento do mesmo. O primeiro programa televisivo brasileiro com características sensacionalistas foi “O Homem do Sapato Branco”, estrelado por Jacinto Figueira Júnior, em 1966. O programa retratava a miséria humana, conflitos familiares, histórias policiais, prostitutas, homossexuais e mendigos. Foi exibido por

¹⁴ Uma das histórias que mais marcaram o NP foi a série de reportagens sobre o nascimento do bebê-diabo. O uso de cascatas era comum na imprensa sensacionalista, mas essa história ficou marcada no jornalismo brasileiro, porque obteve um sucesso de vendas exorbitante, e permanece no imaginário da população até os dias de hoje. Em quase um mês seguido – de 11 de maio de 1975 a 08 de junho do mesmo ano, o NP estampava nas manchetes a história de um bebê que nascera no ABC Paulista, que tinha todas as características de um ser sobrenatural, como um diabo mesmo.

diversos anos na TV e passou pela Rede Bandeirantes, Rede Globo, SBT e TV Cultura. Logo depois, em 1970, surge o “A Voz do Povo na TV”, da extinta rede Tupi, que era uma espécie de prestador de serviços ao povo. Este também obteve muito sucesso e audiência. Nos anos 1990, aparece outro programa de mesmo formato apresentado por Gil Gomes, que se chamava “Aqui Agora”. Teve curta duração, sobrevivendo até o início de 1997.

Outros telejornais nacionais que seguiram a mesma linha, fazendo a cobertura policial de maneira apelativa e explorando as tragédias humanas foram: o “Brasil Urgente”, da rede Bandeirantes, o “Cidade Alerta” da Rede Record, o “Repórter Cidadão” da Rede TV e o “Linha Direta”, da rede Globo. Atualmente, em rede nacional, apenas o “Cidade Alerta” e o “Brasil Urgente” continuam no ar. Embora muitos programas televisivos de auditório apresentem elementos sensacionalistas, buscamos focar aqui apenas aqueles que apresentam traços jornalísticos.

Traçada esta pequena linha cronológica, podemos concluir, então que jornais sensacionalistas sempre existiram, cada qual em seus contextos, suas diferentes formas e inovações técnicas.

Corroborando com a perspectiva de Türcke, as sensações passam por mudanças históricas, sociais e culturais. Assim, cada vez mais a espetacularização tende a se tornar permanente nas mídias. O que na reportagem, há alguns anos era prioritariamente de maior importância – o furo da reportagem, a eficiência do repórter em chegar ao local logo após o fato ter ocorrido, hoje vem mudando de forma avassaladora. Agora, é preciso estar no local no momento em que ocorrem os fatos; é preciso flagrar os momentos mais emocionantes, as lágrimas, os balbucios, os gritos de dor; é preciso VER os feridos em seu estado de choque; é preciso ESCUTAR suas dores. Por isso, tão contundente a afirmação de que “as sensações estão a ponto de se tornar as marcas de orientação e as batidas do pulso da vida social como um todo” (TÜRCKE, 2010, p. 14). Mas as sensações a que Türcke se refere são aquelas sinestesticamente intensificadas, baseadas na emoção fácil e imediata; não estão na ordem do estético-poético ou da contemplação; pelo contrário, são o produto de uma modernidade acelerada, frenética e efêmera.

A noção de lógica da sensação, formulada pelo filósofo francês Gilles Deleuze na obra em que analisa filosoficamente o trabalho de Francis Bacon, bem como as reflexões finais da obra *O que é a filosofia?* (2010), escrita em parceria com Félix Guattari cabem muito bem aos propósitos de nossa perspectiva, ao verificarmos a dupla faceta em que consiste a sensação.

Para Deleuze e Guattari (2010, p. 249), “a sensação não é menos cérebro que o conceito”; ela se mantém na retaguarda, na medida em que consideramos as conexões nervosas excitação-reação e as integrações cerebrais percepção-ação como prolongamentos onde a sensação fica suposta, contida.

A sensação é excitação mesma, não enquanto se prolonga gradativamente e passa à reação, mas enquanto se conserva ou conserva suas vibrações. A sensação contrai as vibrações do excitante sobre uma superfície nervosa ou num volume cerebral: a precedente não desapareceu ainda quando a seguinte aparece. É sua maneira de responder ao caos (DELEUZE e GUATTARI, 2010, p. 249).

Vemos, portanto, que sensação se configura como contemplação. Por meio da sensação contempla-se, vibra-se, contrai-se e conserva-se. Assim, como bem advertem-nos os autores, de nada adianta procurarmos pelas sensações, se nos limitarmos às reações e excitações que elas prolongam, ou às ações e reações que elas refletem. E é exatamente neste ponto onde incide sua armadilha: ao vincularmos as sensações à imediaticidade e fragmentação com que ela se apresenta, não será possível alcançar o estado de criação passiva e autorreflexividade em que consiste a “contemplação pura” enquanto sensação.

Neste sentido, diante do exposto, as reflexões de Santos (2013) são, neste contexto, muito significantes para entendermos as dimensões da palavra sensação, enquanto excitação ela mesma:

Compreendemos assim que os grandes acontecimentos, que se avolumam com o estardalhaço que se conferem as mídias, não propicia que as percepções extrapolem o momento, o ato, o fato realizado. Ou seja, o homem pode estar imiscuído nos estrondosos espetáculos em busca de sensações fortes, mas, contraditoriamente, as suas percepções ficam fracas, embotadas. Necessário se faz, pois, que descansemos, que sigamos devagar, devagas e sempre pois o viver essencial e em plenitude se faz no vagar (SANTOS, 2013, p. 104).

1.3.1 Sensacionalismo e linguagem

Antes de nos atermos à linguagem sensacionalista, faz-se necessário, em primeiro lugar, conceituar sensacionalismo no campo jornalístico. Os principais teóricos brasileiros que se debruçaram sobre o tema propõem inúmeras significações para o termo. Segundo Cristian Goés e Franciscato (2012), o sensacionalismo pode ser conceituado através de três

perspectivas: de seu conteúdo, em que se dá uma ênfase à cobertura de casos de violência, sexo, crimes, escândalos políticos e de celebridades, acontecimentos que fogem da normalidade do cotidiano, histórias de dramas humanos etc.; o sensacionalismo expressado através da linguagem, em que carrega um exagero estilístico de suas expressões, imagens e narrativas para reforçar as situações citadas acima e estimular um apelo à sensorialidade; e o sensacionalismo como estratégia mercadológica e empresarial, em que a empresa jornalística busca criar conteúdos e formas de narrativa que priorizem o apelo e estímulo às sensações, de modo a atrair e chamar a atenção da recepção na busca de maiores audiências.

No que se refere ao conteúdo, a conceituação de Angrimani (1995) se encaixa muito bem a esse propósito:

Sensacionalismo é tornar sensacional um fato jornalístico que, em outras circunstâncias editoriais não mereceria esse tratamento. Como o adjetivo indica, trata-se de sensacionalizar aquilo que não é necessariamente sensacional, utilizando-se, para isso de um tom escandaloso, espalhafatoso. Sensacionalismo é a produção de um noticiário que extrapola o real, que superdimensiona o fato. (ANGRIMANI, 1995, p. 16).

Para o autor, no senso comum a palavra é comumente utilizada quando se quer designar que um veículo não possui credibilidade e ética e, geralmente, o conceito é visto negativamente. Nesse caso, a palavra é ligada à imprecisão, a erros de apuração. Assim, sempre que se quer acusar um veículo de não sério, há a tendência de designá-lo como sensacionalista, confundindo-o com um veículo de comunicação sem ética e manipulador, como se outros veículos ditos como sérios não estivessem também passíveis de erros¹⁵. O trabalho de Márcia F. Amaral, *Sensacionalismo: um conceito errante* (2005) busca justamente retirar essa ideia de que jornais sensacionalistas restringem-se àqueles que fazem parte da grande imprensa popular. Para a autora, o termo ainda é usado de forma muito errônea, pois está ligado apenas à sua função catártica, àquilo que provoca sensações. Se a imprensa popular é sensacionalista e distorce os fatos da realidade, então, acredita-se que é possível narrar os fatos do mesmo modo como ocorreram, noção esta de notícia como espelho dos fatos.

¹⁵ Cf. dissertação de mestrado de Letícia C. Matheus, *Elos, temporalidades e narrativas: a experiência contemporânea do medo no jornalismo de O Globo* (2006).

Ao mencionar: “trata-se de sensacionalizar aquilo que não é necessariamente sensacional”, Angrimani nos mostra um caminho para a compreensão do conceito sensacionalismo. Geralmente, um jornal sensacionalista tende a sensacionalizar todo o seu noticiário, de modo que mesmo aquelas notícias que tendem a ser objetivas, se tornem sensacionais.

No que se refere ao sensacionalismo como linguagem, Amaral (2006) e Pedroso (2001) o relacionam através do exagero linguístico, colocando o conteúdo também como parte integrante desta linguagem.

Em geral, o sensacionalismo está ligado ao exagero; à intensificação, valorização da emoção; à exploração do extraordinário, à valorização de conteúdos descontextualizados; à troca do essencial pelo supérfluo ou pitoresco e inversão do conteúdo pela forma. (AMARAL, 2006, p.21).

Pedroso (2001) descreve de forma bastante detalhada o modo de produção de um jornal sensacionalista. Através da próxima citação, a autora ainda elucida que, a partir dessas regras, o jornal estabelece um “*modelo informativo* que torna difusos o limite entre o real e o imaginário”.

Intensificação, exagero e heterogeneidade gráfica; ambivalência linguístico-semântica, que produz *o efeito de informar* através da não-identificação imediata da mensagem; valorização da emoção em detrimento da informação; exploração do extraordinário e do vulgar, de forma espetacular e desproporcional, adequação discursiva ao *status semiótico* das classes subalternas, destaque de elementos insignificantes, ambíguos, supérfluos ou sugestivos; subtração de elementos importantes e acréscimo ou invenção de palavras ou fatos; valorização de conteúdos ou temáticas isoladas, com pouca possibilidade de desdobramentos nas edições subsequentes e sem contextualização político-econômico-social-cultural (...) (PEDROSO, 2001, p. 122).

O sensacionalismo como estratégia mercadológica e empresarial é explicitado por Marcondes Filho (1989, p. 67) através do conceito de uma “mera mercadoria da indústria cultural” que busca intensivamente melhorar sua aparência para vender mais. Além disso, trata do termo através da visão psicanalítica em que o sensacionalismo estaria carregado de “apelos às carências psíquicas das pessoas e explora-as de forma sádica, caluniadora e ridicularizadora”. “Sensacionalismo é apenas o grau mais radical de mercantilização da informação: tudo o que se vende é aparência e, na verdade, vende-se aquilo que a informação

interna não irá desenvolver melhor do que a manchete” (MARCONDES FILHO, 1989, p. 66). O autor atribui ao conceito uma função alienante, considerando-o um produto popular degradante, que estaria “matando” os ideais iluministas da sociedade moderna, do mesmo modo como afirma Postman (1986, apud AGUIAR e BARONI, 2009). O pensamento destes autores, que foi formulado há quase três décadas já não condiz com a atual realidade midiática que hoje vivenciamos. Vejamos os porquês.

Para Aguiar e Baroni (2009, p. 1), tais pensamentos e posições “parecem querer opor uma imaginária constituição democrática do espaço público e da cultura legítima a uma suposta disfunção narcotizante do entretenimento, que promoveria o conformismo social e reforçaria as normas sociais”. Neste sentido, voltamos novamente a outro trabalho de Amaral que dá ao sentido de sensacionalismo uma definição estritamente estratégica, intencional, sendo que qualquer tipo de imprensa (de referência ou popular) está passível e apta a utilizá-lo. Descartando a ideia simplista de que o sensacionalismo apenas trabalha com os estímulos sensoriais e psíquicos das pessoas, Amaral apresenta o sensacionalismo de modo que abrange tanto seu conteúdo, como sua linguagem.

O sensacionalismo tem servido para caracterizar inúmeras estratégias da mídia em geral, como superposição do interesse público; a exploração do interesse humano; a simplificação; a deformação; a banalização da violência, da sexualidade e do consumo; a ridicularização das pessoas humildes; o mau gosto; a ocultação de fatos políticos relevantes; a fragmentação e descontextualização do fato; o denunciamento; os prejulgamentos e a invasão de privacidade tanto de pessoas pobres e como de celebridades, entre tantas outras (AMARAL, 2006, p. 21).

Através desta revisão teórica, é possível perceber que todas as definições convergem pontos em comum, e que a visão de que este tipo de jornalismo encontra-se na ordem do popular, das classes mais baixas da população vem sendo descartada. Para a autora, é possível construir um jornalismo popular de qualidade, como vem ocorrendo nos últimos anos¹⁶. Neste novo modelo, há um esforço em se produzir notícias de prestação de serviço, que sirvam

¹⁶ Segundo Aguiar (2008) jornais que não são considerados modelos de referência, como o *Extra* e *O Dia*, vêm utilizando enfoques inovadores, que vão de encontro com um jornalismo de qualidade. O jornal *O Dia* já conquistou diversos prêmios, inclusive o Esso de Jornalismo da região Sudeste. Além disso, teve as seguintes reportagens escolhidas como as melhores: “Greve dos metalúrgicos” (1989); “Fome na Baixada” (1991); “Os 162 Carelis da polícia” (1996); “Infância a serviço do crime” (1997); “Crime sobre rodas” (2003); “Chacina” (2005), entre outros. Já o jornal *Extra* venceu o prêmio de melhor reportagem em 2005, pela reportagem “Janela Indiscreta”. Em 2007, foi premiado pela melhor primeira página, com a manchete “Autoridades já fizeram piada com a crise aérea e quem chora somos nós”.

como um porta-voz dos interesses da sociedade civil. No entanto, como reconhece Amaral, apesar deste esforço em melhorar a qualidade destes jornais, as capas ainda seguem um modelo que prioriza fotografias chamativas sobre casos de crimes, violência, *fait divers*, entre outros.

O jornal sensacionalista busca prender o público através da emoção, do sentimentalismo, do choque, da melodramatização. Todo o seu conteúdo concentra-se nisso. O modo de produção de suas narrativas, como visualizado em outros autores, prioriza a intensificação e estimulação do aparato sensorial dos indivíduos, mas não apenas isso. A notícia sensacionalista pode ser percebida como tal de forma bastante explícita, pois sua narrativa carrega exageros, é esdrúxula, e contém tudo aquilo que foi especificado por Amaral. Já os jornais que vez ou outra trabalham com notícias que carregam aspectos sensacionais, não podem ser designados necessariamente como sensacionalistas. Podemos afirmar que em algumas ocasiões, ele tratou a notícia de modo sensacional. Assim, o jornalismo sensacionalista pode ser entendido como aquele que prioriza e estimula as sensações psíquicas e físicas dos indivíduos, mas principalmente como aquele que atrai a percepção para o espetacular, para o chamativo.

Compartilhando com o conceito de Barbosa e Enne (2005, p. 68 e 69), o jornalismo de sensações¹⁷ pode ser observado na “relação de leitura com o extraordinário, com o excepcional, aproximando esse tipo de notícia com o inominável”. Tem forte ligação com o modo de construção do melodrama, além de também basear-se nos mitos, representações e figurações da literatura. Aquilo que apela ao imaginário social, que mescla ficção e realidade, ou sonho e realidade, os dramas da vida cotidiana, os anseios, as situações sem contexto (*fait divers*), aquilo que também foge da normalidade faz parte deste tipo de narrativa jornalística.

A construção do discurso de um jornal sensacionalista se difere dos veículos ditos de referência ou convencionais. Pedroso (2001) apresenta inúmeras características do discurso sensacionalista e estuda como é feita essa construção, utilizando-se da análise do discurso. Para a autora, os jornais sensacionalistas têm uma percepção da realidade acerca do olhar do povo, da população que habita a periferia das cidades. O texto exige uma enorme criatividade do jornalista, pois este precisa sustentar uma pauta que tenha em seu dia-a-dia assuntos inusitados, tudo para atrair a atenção do leitor.

¹⁷ As autoras preferem utilizar o termo “jornalismo de sensações” ao invés de “jornalismo sensacionalista”, por acreditarem que este último carrega um sentido muito preconceituoso e pejorativo.

Por estarem eivados de um caráter estilístico opinativo e avaliador, esses jornais deixam espaço para a dúvida, ambivalência e ambiguidade no jornalismo. Seria totalmente o contrário da seriedade e objetividade apregoada pelos *media*. A subjetividade está permeada nas manchetes, nas capas, nos títulos, nos textos etc. Na visão de Pedroso, a percepção jornalística da realidade, que seria nesse caso a do povo, “produz um conhecimento do senso comum que se traduz, na página do jornal, num tratamento avaliativo e preconceituoso dos acontecimentos e da informação” (PEDROSO, 2001, p. 2).

Nos jornais sensacionalistas, a restrição e a ética profissional são tidas como imperativos, pois atrapalham na decisão do enfoque que o editor ou o jornalista darão a algum assunto. Muitos veículos chegam a fazer “a exortação da apologia da ordem”, mostrando o perigo das situações e trabalhando intensamente com a emocionalidade dos fatos, dos protagonistas e das circunstâncias. A autora explica que quando há uma exacerbação no modo de se noticiar um fato, essa notícia se torna superficializada e desvincula os fatos de seu contexto cultural, econômico e político.

A abordagem apenas do caráter singular da realidade resulta num espaço discursivo que apresenta acontecimentos isolados e oportuniza a reificação de narrativas míticas e místicas acerca do destino do povo e do indivíduo. (PEDROSO, 2001, p. 2).

Os jornais sensacionalistas utilizam uma linguagem coloquial, formada por gírias, palavrões, trocadilhos. O assassinato, o suicídio, o estupro, a vingança, a briga, as situações conflitantes são as principais pautas, com destaque para as chamadas que estão sempre acompanhadas de uma fotografia apelativa. Os títulos são sempre noticiados em letras grandes e garrafais. O sangue é um dos principais símbolos do veículo sensacionalista. Por esse motivo, o tão conhecido apelido “espreme que sai sangue”.

Segundo a autora, o texto jornalístico sensacionalista é uma construção que depende da simultaneidade de efeitos produzidos pelo título, fotografia, legenda e manchete (ideia que acompanha o título) e também da matéria, além das chamadas e textos-chamadas que funcionam como uma narração estendida dos títulos que se constituem em um recurso textual que mantém a curiosidade do leitor.

As variações da combinação (e/ou) antetítulo, manchete, subtítulo, título da matéria servem para completar, ampliar ou restringir aspectos do acontecimento selecionado para publicação. O conjunto dos títulos além de

enunciar, classificam a notícia e iniciam a cadeia significativa produzindo sentenças autônomas, de caráter restritivo ou explicativo do fato. A combinação ou desdobramento dos títulos em antetítulo (AT), manchete (M), subtítulo (ST) e título da matéria (TM) resulta em repetição ou ambigüidade (*sic.*) de significados. As estruturas repetitivas revelam as categorias ideológicas, lingüísticas (*sic.*) e temáticas valorizadas (PEDROSO, 2001, s/p).

Angrimani (1995, p. 42), ao analisar a linguagem desses jornais, explica que as mídias aplicam dois tipos de linguagem, o signo e o clichê. O signo seria a linguagem utilizada pelos veículos tidos como de referência, que se traduz por uma maior “neutralidade”, “objetividade”, em que permite um distanciamento, um não envolvimento entre o público e a mensagem informativa. E conclui que “o veículo sensacionalista só pode optar pela linguagem-clichê, em razão de todas as peculiaridades que ela apresenta”.

Marcondes Filho (2000, p. 109) afirma que para os jornalistas é muito mais fácil trabalhar com os clichês, pois assim, eles não precisam sair para descobrir e conhecer o mundo, eles só precisam “reconhecê-los” ou “reforçá-los”. Clichê seria então, um tipo de linguagem que retrata o emocional, aquilo que se refere à verdade nua e crua, sem distanciamentos, ao contrário do signo que representa a neutralidade, o distanciamento em relação ao real.

Dessa forma, Angrimani (1995, p. 41 e 42) acredita que os veículos sensacionalistas só podem trabalhar com a linguagem-clichê, pois ela é que vai operar toda a carga emocional do leitor. “Esse, por sinal, é o ponto nevrálgico para o entendimento do sensacionalismo: a opção pela linguagem-clichê como possibilidade de manipulação das pulsões do leitor”.

CAPÍTULO II
A crise do conceito de objetividade
jornalística

2. Os princípios do jornalismo

Antes de nos atermos à questão da crise do conceito de objetividade no jornalismo, faz-se necessário, em primeiro plano, entender o que é e qual a função do jornalismo nas sociedades contemporâneas, e como surgiu a necessidade de se falar em objetividade no campo, bem como a importância da notícia como objeto e produto do fazer jornalístico. A notícia, no sentido de informação espontânea, de registro de um fato circulante na cidade (não como o conceito ligado ao jornalismo como o entendemos hoje), já existia bem antes da entronização do jornalismo contemporâneo: ela é bem mais antiga, pois tratava-se de uma necessidade humana, a necessidade de se comunicar, para a sobrevivência da vida em sociedade.

A necessidade humana consiste naquilo que o ser humano precisa para sobreviver. No caso da notícia, conhecer o que ocorre em lugares longínquos, a existência de outros povos, outras culturas, ou o conhecimento daquilo que acontece além de sua própria experiência, e não mais importante, a necessidade da informação para as relações de comércio e mercado, eram essenciais para que as sociedades pudessem se desenvolver. Mesmo para as sociedades mais remotas e isoladas da África ou das ilhas do Pacífico, a notícia era algo importante e envolvente a todos. O desejo de saber é intrínseco à natureza humana, o que faz com que todos os homens, sem exceção, tenham curiosidade pelas coisas (KOVACH e ROSENSTIEL, 2004).

O ser humano utiliza seus sentidos não só pelo simples fato de fazê-lo; ele o faz porque há um prazer por trás disso. Sentir, ouvir, ver, tocar, falar, cheirar são sentidos que nos tornam mais “humanos”, e a visão permanece sendo, para nós ocidentais como aquele sentido capaz de produzir conhecimento, como bem examina Fidalgo (1996): “ver como soa”, “ver como cheira bem” etc.

A curiosidade, segundo Heidegger (2006) é um fenômeno que encontra-se ligado ao que está longe, pois não se contenta apenas com aquilo que está próximo. Curiosidade sempre gera mais curiosidade porque o ser humano deseja conhecer aquilo que é novo, que não fica no mesmo sítio. Assim, a curiosidade é algo sempre instável, pois tem de buscar incessantemente novas distâncias, novas coisas a serem vistas. “Há, pois, um desassossego contínuo, uma excitação permanente. Sempre e sempre em busca da novidade, da mudança

das coisas, não para compreender, que para isso é preciso permanecer, mas tão só para ver, para satisfazer o desejo e a gulodice da vista” (FIDALGO, 1996, s/p.).

Mas, o ato de buscar informação não se reduz à satisfação da curiosidade humana. Também serve para atender a interesses públicos (vida política, social etc.) e privados (notícias de prestação de serviços, entretenimento), mas principalmente porque isso dá aos indivíduos um sentimento de pertencimento no mundo, fazendo com que os mesmos se sintam partícipes da história cotidiana. Para Kovach e Rosenstiel (2004), necessitamos das notícias para vivermos nossas vidas, nos protegermos dos inimigos e nos ligarmos uns aos outros.

Neste sentido, o jornalismo não se resume apenas como um mediador de informações dentro das sociedades modernas. É antes de tudo uma atividade intelectual, política e econômica, notoriamente complexa, que necessita lidar com os desafios de uma empresa com interesses e necessidades econômicas e os princípios históricos e culturais que o norteiam, como a defesa da democracia, cidadania e do interesse público (MORAES, 2011).

Para Marcondes Filho (1989, p. 11) o jornalismo atual é, antes de tudo, um complexo sistema industrial-tecnológico, que deseja fazer falar as posições pessoais, de classe ou de nações através de uma suposta impessoalidade, que busca dizer a “verdade”. Para esse autor, o jornalismo atua do lado de grandes forças econômicas e sociais, principalmente se tratar-se de um conglomerado jornalístico: “ele é ao mesmo tempo a voz de outros conglomerados econômicos ou grupos políticos que querem dar às suas opiniões subjetivas e particularistas o foro de objetividade”. Marcondes Filho, em outra ocasião (2000) parece cultivar um certo sentimento de nostalgia quanto ao jornalismo então praticado de modo artesanal, que para ele, era movido pela luta política, pelos debates e discussões acalorados da esfera pública; enfim, por aquilo que tinha razão de se lutar. Já o jornalismo praticado hoje, este que reflete a “aventura da modernidade”, bem como o espírito do capitalismo vive num estado de decadência, desintegração e enfraquecimento, exatamente porque já não é mais engajado, não questiona a política, a cultura – pelo contrário, seu objetivo é ajudar a dar ao mundo uma normatividade, um sentido.

Com a Revolução Industrial, ocorrida no século XVIII, o jornalismo começa a ganhar força, desenvolvendo-se como um produto industrial. No entanto, era considerado um veículo político, ideológico e partidário, com notícias de caráter panfletário, onde a posição e opinião do dono do jornal (mas principalmente daqueles pelos quais ele era submetido, como os

partidos políticos) eram bastante claras. As pessoas que ali trabalhavam não eram especificamente jornalistas, a maioria era formada por escritores, advogados e filósofos que se tornariam jornalistas por conta de sua vida prática no jornal¹⁸. O gênero opinativo era predominante no jornal. As narrativas eram constituídas por um estilo retórico e o famoso formato de “nariz de cera”, uma espécie de relato longo, que adia o fato ocorrido em muitos parágrafos, caracterizava sua linguagem. Elementos da literatura também estavam presentes, pois os construtores das notícias eram principalmente escritores e literatos (PENA, 2006).

A preocupação com um estilo de notícia mais direto, claro, conciso e sem comentários, teve seu pioneirismo em 1702, com Samuel Buckley, diretor do jornal inglês *Daily Courant*. Ele acreditava ser necessária a existência de uma forma mais objetiva de se narrar os fatos, além de separar o artigo da notícia, e é considerado o primeiro jornalista a introduzir o conceito de objetividade no jornalismo. Entretanto, o então estilo opinativo ainda iria predominar na imprensa, até que quatro acontecimentos principais, ocorridos nos fins do século XIX e decorrer do século XX, segundo Amaral (1996), pudessem definir o princípio da objetividade: o advento das agências de notícias, o desenvolvimento industrial, as duas guerras mundiais e o advento da publicidade e das relações públicas.

Com as transformações pelas quais o universo da comunicação perpassa e sua importância e protagonismo nas sociedades modernas uma enorme complexidade se apresenta para a delimitação da natureza do jornalismo. Se até meados do século XX, o entendimento da real função do jornalismo estava voltado para os ideais iluministas, em que seu paradigma consistia na luta política e ideológica, com o fortalecimento da cidadania e do interesse público, hoje o paradigma da “informação” é que é dominante. Neste, o jornalismo seria um mediador “neutro e imparcial”, que produz um relato da realidade social, através do método da objetividade, oriundo do Positivismo.

No entanto, novas transformações ocorridas na comunicação neste século XXI, vêm ocasionando novas incertezas no que tange à natureza do jornalismo. A revolução digital e o desenvolvimento dos grandes conglomerados de comunicação estão tornando cada vez mais

¹⁸ Além disso, as primeiras escolas de ensino de jornalismo só foram surgir nos fins do século XIX. Joseph Pulitzer, considerado um inovador do jornalismo impresso e criador do sensacionalista *New York World*, defendeu o ensino do jornalismo nas universidades e doou dinheiro para que a Universidade de Columbia criasse o primeiro ensino de jornalismo no mundo. No entanto, mesmo a instituição tendo aceitado a doação em 1892 e a inauguração tendo sido feita em 1912, a Universidade de Missouri tornou-se a precursora, instalando o ensino em 1908. Húngaro e naturalizado norte-americano, o nome de Pulitzer inspirou um dos maiores prêmios de jornalismo dos Estados Unidos, o *Prêmio Pulitzer*, que foi criado em 1917, na Universidade de Columbia para “destacar trabalhos de excelência nas áreas de jornalismo, teatro e literatura” (AMARAL, 2006, p. 18).

difusas e invisíveis as fronteiras entre jornalismo, entretenimento e publicidade. E esta é a grande preocupação dos autores de *Os elementos do jornalismo*, Bill Kovach e Tom Rosenstiel: a subordinação ou hibridização do jornalismo aos interesses da publicidade, do entretenimento e do marketing. Em suma, a submissão do jornalismo ao mercado.

Neste sentido, os autores, juntamente com um grupo denominado *Comitê dos Jornalistas Preocupados* elaboraram um plano de trabalho que visasse responder duas questões sobre aquilo que deveria ser a função do jornalismo: se os profissionais de jornalismo achavam que seu ofício deveria ser diferente de outras formas de comunicação, então no que consistiria essa diferença? Se eles consideravam que o jornalismo precisava mudar, mas sem mexer em certos princípios básicos, então quais seriam esses princípios?

Através da captação dessas respostas e de outras formas de pesquisas indiretas, os autores definiram nove princípios primordiais para o pleno exercício da função do jornalismo.

1. A primeira obrigação do jornalismo é com a verdade.
2. Sua primeira lealdade é com os cidadãos.
3. Sua essência é a disciplina da verificação.
4. Seus participantes devem manter independência daqueles a quem cobrem.
5. O jornalismo deve ser um monitor independente do poder.
6. O jornalismo deve abrir espaço para a crítica e o compromisso público.
7. O jornalismo deve empenhar-se para apresentar o que é significativo de forma interessante e relevante.
8. O jornalismo deve apresentar as notícias de forma compreensível e proporcional.
9. Os jornalistas devem ser livres para trabalhar de acordo com sua consciência.

Assim, diante da exposição e explanação destes nove princípios é que se baseia toda a reflexão dos autores. Interessa-nos aqui, realizar um apanhado geral, de modo a compreender e refletir criticamente a finalidade destes princípios.

A primeira obrigação do jornalismo é com a verdade. Este princípio, tido como unânime pela comunidade jornalística merece atenção também por sua complexidade. O que seria a verdade? O jornalismo é capaz de reproduzir fielmente os fatos do cotidiano? Que tipo de ser é este que consegue chegar à verdade dos fatos?

A reflexão de Kovach e Rosenstiel acerca da verdade no jornalismo pareceu-nos muito ingênua, por não aprofundar-se no conceito de verdade. Porém, devemos reconhecer esse tipo de esforço para a reflexão da atividade jornalística, já que de todo modo, esse princípio é o mais valorizado. Para os autores, assim como a discussão sobre objetividade jornalística acabou se tornando uma armadilha para os jornalistas, o mesmo ocorre com a verdade. Para eles, a “verdade jornalística” consiste em um processo que se desenrola ao longo do tempo na interação entre notícia, público e jornalista, sendo que este último deve tomar a verdade desinteressada como um ideal a ser atingido. Assim, o objetivo do jornalismo é muito mais do que a busca pela objetividade na narração dos fatos, mas sim o de extrair a verdade deles. “[...] é muito mais produtivo, e mais realista, entender a verdade jornalística como um processo – ou uma caminhada contínua na direção do entendimento – que começa com as primeiras matérias e vai se construindo ao longo do tempo” (KOVACH e ROSENSTIEL, 2004, p. 70).

De fato, o jornalismo interessa-se por aquilo que ocorre no real-histórico – portanto, pelos fatos “reais” e “verdadeiros” que ocorrem no mundo. Verdade e crença andam juntas, já que para as sociedades ocidentais, a verdade preexiste à sua manifestação, podendo ser alcançada através dos meios que o homem utiliza (CHARAUDEAU, 2012). Por isso, o conceito de verdade, como também o de realidade atravessa um grau de abstração muito grande, não podendo ser definido como algo pronto, acabado, dado. A atividade jornalística apresenta-se como uma cadeia complexa, onde inúmeras engrenagens e atores fazem parte, cada qual submetido a uma função. Assim, podemos dizer que a atividade jornalística insere o discurso pela busca da verdade, porque já há um “juízo” enraizado em nossa sociedade ocidental de que o homem necessita relacionar o mundo pelo “crer ser verdade” (CHARAUDEAU, 2012).

O segundo princípio de que trata a obra de Kovach e Rosenstiel – *a primeira lealdade do jornalismo é com os cidadãos* relaciona-se aos ideais iluministas que norteiam e dão sentido à profissão. Ao escolher o jornalismo como profissão, o primeiro acordo que o candidato à jornalista faz é para com seu público – os cidadãos. Seu trabalho vai além de questões empresariais, como a obediência ao patrão ou ao grau de profissionalismo que cada jornalista deve ter. Antes de tudo, ele tem uma obrigação social que vai muito além do interesse imediato de seus patrões. Na pesquisa desencadeada por Kovach e Rosenstiel foi possível observar que a maior parte dos jornalistas entrevistados acreditava ser o público o

maior alvo de sua lealdade, estando acima deles mesmos, dos padrões, de sua profissão ou de sua família.

Embora não tenhamos feito uma pesquisa para afirmar, é possível observar que grande parte das críticas que o jornalismo contemporâneo recebe, além de sua impopularidade diante da população reside no fato de ele estar se distanciando cada vez mais dos interesses de seu público. A espetacularização e exploração da notícia, o sensacionalismo mais variegado, os interesses do mercado e da empresa em detrimento dos da população podem ser, hipoteticamente, alguns dos exemplos mais comuns desta queda na confiança no jornalismo.

O terceiro princípio – *a essência do jornalismo é a disciplina da verificação* – diz respeito a um dos métodos de se tornar o jornalismo mais confiável e mais próximo da verdade, segundo os autores. A disciplina da verificação consiste numa forma de se investigar minuciosamente os fatos da realidade. Esta investigação tem como técnica a detecção de inverdades que podem contaminar uma informação. Assim, a verificação, ao contrário da constante referência a fontes consiste numa técnica de apuramento e checagem dos fatos, sendo que é o próprio jornalista, o profissional capaz de avaliar as declarações que recebe de suas fontes e saber quais delas é a mais correta. Como não existe um método consensual de observação, como em outras áreas do conhecimento, os jornalistas tentam, por eles mesmos, desenvolver técnicas e métodos apropriados para a verificação dos fatos¹⁹.

Ao adotar a verificação como premissa técnica maior, o jornalista deve ser e abraçar antes de tudo, a independência. Assim, as afirmações: *os jornalistas devem manter independência daqueles a quem cobrem; e o jornalismo deve ser um monitor independente do poder* moldam o quarto e quinto princípios.

Diferentemente da neutralidade (conceito que também se apresenta polêmico), a independência se explica a partir do fato de que se é para o público que os jornalistas trabalham, eles não devem manter nenhum outro vínculo ideológico com outras facções ou partidos, pois assim não estariam sendo leais com seu público. Em outras palavras, não é possível ser leal ao mesmo tempo com uma facção e com um público. Ou o jornalista se torna

¹⁹ Um bom exemplo disso que acabamos de citar é o chamado *Jornalismo de Precisão*, que em linhas gerais consiste na aplicação de técnicas e métodos científicos e investigação social na prática do jornalismo. Foi o jornalista norte-americano Phillip Meyer quem concebeu o termo pela primeira vez no livro *Precision journalism: a reporter's introduction to social science methods*, publicado pela primeira vez em 1973, e *The new precision journalism*, publicado em 1991.

estritamente leal com seu público ou, de outro plano, estritamente com sua fonte – os dois ao mesmo tempo é impossível.

Nesta perspectiva, como explicam Kovach e Rosenstiel (2004, p. 164) “independência de grupos ou facções indicam a existência de uma maneira de ser jornalista sem negar essa experiência pessoal, mas sem também se tornar refém dela”. Isto quer dizer que antes de ser jornalista, este profissional é um ser humano que carrega suas origens étnicas, religiosas, ideológicas etc. Mas isto não quer dizer que ele deva deixar essa bagagem cultural permear e influenciar exponencialmente seu trabalho. E é nisto que vemos um dos principais pontos da complexidade da atividade jornalística. Aqui, a questão não é ser neutro ou imparcial quanto aos fatos e acontecimentos do mundo real, mas sim “tentar” manter certo distanciamento e independência em relação à sua cobertura. Mas, seria isso realmente possível? O jornalista não precisa atender, antes de tudo, aos interesses editoriais do jornal em que trabalha? Como manter independência da própria instituição ao qual foi contratado?

O jornalista tem um compromisso com a sociedade, pelo menos na forma como Gallagher descreve isso. O modelo não é a indiferença. Não é o cinismo. Não é o desengajamento. O papel do jornalista é exercido por meio de um tipo de engajamento – dedicação ao informar o público, mas não pelo desempenho de uma função direta, ativa. Podemos chamar isso de Independência Engajada (KOVACH e ROSENSTIEL, p. 166).

Talvez o que esteja faltando aos jornalistas nos dias atuais, dias estes permeados pelas tecnologias móveis e pela *técnica*, seja uma reflexão epistemológica acerca da profissão. Como sabemos, os jornalistas de maneira geral, não são seres reflexivos, como o cientista social, por exemplo; aqueles são seres de ação, de prática. Além disso, nem sempre as teorias advindas da academia conseguem conciliar a realidade profissional vivida diária e apressadamente. O problema da perda da sensibilidade do jornalista diante dos problemas da realidade com os quais se depara também é um aspecto importante a ser mencionado. As demandas econômicas do jornal-empresa, a necessidade de se tomar decisões imediatas quanto à prática do dia a dia, os limites éticos, o sensacional da notícia não abrem possibilidades para que o jornalista consiga vincular-se ao seu semelhante, isto é, entrar e estar em contato com o Outro. O pragmatismo com o qual o jornalista se prende faz com que este se atrele tanto à imediatividade da realidade cotidiana, que sua “capacidade de sentir” fica obliterada.

Quando os repórteres norte-americanos do *Washington Post* Bob Woodward e Carl Bernstein publicaram uma reportagem investigativa que deu origem ao escândalo de Watergate, a relação que estabeleceram com sua fonte foi de tanta confiança que somente 30 anos após o escândalo é que a identidade da fonte foi relevada, mas por iniciativa da própria fonte. O papel que teve estes jornalistas está muito ligado ao papel do jornalismo de guardião da sociedade. Assim, além de independente, o jornalismo também deve ser um monitor independente do poder.

O sexto princípio – *o jornalismo deve abrir espaço para a crítica e o compromisso público* refere-se à função do jornalismo de criar fóruns para que o público possa manifestar sua opinião e estimular julgamentos. De certa forma, com a ascensão do jornalismo digital, essas possibilidades aumentaram bastante em contraposição aos outros tipos de jornalismo praticados nos meios tradicionais. Além disso, as redes sociais ampliaram ainda mais esse espaço, embora saibamos que muitas inverdades e boatos percorram na rede.

A questão de se abrir espaço para a recepção ainda permanece como grande desafio para atividade jornalística, como tantos outros, obviamente. A comunicação, numa perspectiva mais ampla caracteriza-se pela interação. Sendo assim, um jornal que não abre espaço para o público se manifestar contrapõe-se aos princípios que o regem. A própria ideia de democracia e cidadania se baseia nesta assertiva.

O jornalismo deve empenhar-se para apresentar o que é significativo de forma interessante e relevante compõe o sétimo princípio. Bastante polêmica, tal afirmativa deve ser elucidada de modo que consigamos separar a informação do entretenimento, sem deixar que a notícia seja relevante e interessante ao mesmo tempo.

Jornalismo é contar uma história com uma finalidade. A finalidade é fornecer às pessoas informação que precisam para entender o mundo. O primeiro desafio é encontrar a informação que as pessoas precisam para tocar suas vidas. O segundo desafio é tornar essa informação significativa, relevante e envolvente (KOVACH e ROSENSTIEL, p. 226).

Relatar uma história utilizando uma narrativa interessante e envolvente, em que a maçante técnica da pirâmide invertida é reformulada não é o mesmo que entreter o público. No entanto, no discurso jornalístico praticado atualmente é percebido um deslocamento de temáticas sérias em virtude de temáticas descontraídas, capazes de gerar fruição, emoção, diversão. Conseqüentemente, ao fazer isso, é erigida a imagem de um jornalismo fragilizado,

incapaz de proporcionar um conhecimento interpretativo e reflexivo acerca da realidade ao seu público²⁰.

Neste sentido, o oitavo elemento *o jornalismo deve apresentar as notícias de forma compreensível e proporcional* também se relaciona ao sétimo acima citado. Do mesmo modo que as histórias contadas pelos jornalistas devem ser narradas de forma interessante, elas também precisam ser compreensíveis e proporcionais. A proporcionalidade está ligada à independência, mas também ao objetivo de não se desvirtuar ou distorcer a realidade. Isso significa que uma matéria pode ser importante para certo número de pessoas, como também pode não o ser para outras. Os autores ressaltam, neste sentido, a importância de se conhecer e ouvir o público para o qual os jornalistas trabalham para que se torne possível analisar e julgar que notícias são de seu interesse, mas principalmente quais delas são relevantes para suas vidas.

O último elemento – *os jornalistas devem ser livres para trabalhar de acordo com sua consciência*, segundo os autores é o que costura os demais elementos. Na profissão de jornalismo existem códigos de ética e manuais de redação específicos, mas ainda não existem leis e regulamentos formais. Entretanto, a questão da ética e da responsabilidade nesta atividade profissional é tão relevante que pode até ser considerada como uma das maiores qualidades da prática jornalística.

Se para Medina (1991) uma estratégia humanizadora para o jornalismo é a união da ética, da técnica e da estética, a primeira revela-se numa dimensão moral individual e profissional necessária ao pleno exercício da profissão de jornalista. A técnica consiste no saber-fazer, portanto, como aquilo que se apreende no dia a dia da prática. Já a estética, como discutimos no primeiro capítulo deste trabalho volta-se para a complexidade do ser jornalista e do fazer jornalismo, onde a essência encontra-se na “faculdade de sentir”, na sensibilidade do jornalista, que através de sua linguagem, narra os fatos cotidianos, sem enquadrá-los em

²⁰ Na teoria do *newsmaking*, o quesito “interessante” aparece como um dos principais valores-notícia. Wolf chama atenção para o elemento interesse, explicando que, enquanto o fator importância possui uma certa obrigatoriedade para ser selecionado, o interesse da notícia está vinculado às opiniões subjetivas dos jornalistas e dá lugar a uma avaliação mais heterogênea. “O interesse da história está diretamente ligado às imagens que os jornalistas fazem do público e também ao valor/notícia que Golding-Elliot definem como ‘capacidade de entretenimento’. Interessantes são as notícias que buscam dar ao evento uma interpretação baseada no lado do ‘interesse humano’, do ponto de vista do insólito, das pequenas curiosidades que atraem a atenção (WOLF, 2005, p. 213). A diferença desta assertiva em relação à de Kovach e Rosenstiel está no fato de que para estes autores o “ato de narrar” as notícias é que necessita ser interessante, não o conteúdo da história em si, isto é, o extraordinário ou sensacional contido nela.

modelos e estereótipos que distanciam o leitor do fato narrado, mas, ao contrário, aproxima o leitor deste Outro que o jornalista narra, ampliando, assim, a dimensão de sentidos da alteridade.

2.1 A objetividade no jornalismo

*“A busca da objetividade jornalística e o distanciamento crítico são fundamentais para garantir a lucidez quanto ao fato e seus desdobramentos concretos” (MANUAL DA REDAÇÃO, 2008, p. 22)*²¹.

A objetividade é o conceito chave mais defendido pela comunidade jornalística desde o século passado, sendo apontado como uma das maiores virtudes da prática jornalística, caminho pelo qual seria possível encontrar a perfeição na informação. Entretanto, as transformações históricas, sociais, culturais, políticas e econômicas ocorridas do final do século XX até os dias atuais fazem com que este conceito na práxis jornalística entre em declínio. Embora grande parte dos manuais de redação ainda destaque a importância e necessidade da objetividade para a qualidade da informação, na prática, como veremos no tópico seguinte, isso não é possível.

Este ideal do jornalismo está muito ligado às próprias transformações históricas que ocorreram no campo: o surgimento da *penny press*, as agências de notícias, a profissionalização do jornalismo, destacando-se, também o papel do repórter na construção do relato, bem como o surgimento das relações públicas. Muitos teóricos que tem o jornalismo como seu objeto de estudo, há algum tempo, já evidenciaram a impossibilidade de se construir um relato fiel da realidade, ou que a informação jornalística seria um reflexo do real, um “espelho”, onde seria possível perceber a realidade tal como ela se apresenta²². Apesar disso,

²¹ Este enunciado encontra-se na parte *Procedimentos* do Manual da Redação do jornal Folha de S. Paulo. O manual é considerado um dos mais importantes e completos da imprensa brasileira, tendo sido utilizado como modelo de referência para inúmeros outros jornais.

²² Na Teoria do Espelho, surgida no início do século XX, as notícias são consideradas “espelho” da realidade, sendo o jornalista um comunicador desinteressado, imparcial e neutro, que através de sua linguagem objetiva reflete fielmente os fatos da esfera social. O conceito de objetividade, bem como a técnica da pirâmide invertida e do *lead* estão ancorados nesta teoria. As perspectivas científicas desta teoria propõem a ideia de representação e estabilidade da linguagem e do signo.

a noção de objetividade jornalística ainda está muito presente nas redações e no senso comum de alguns jornalistas, sendo um “objetivo”, um “ideal” a ser alcançado.

Na década de 1970, com o crescente desenvolvimento de novas posições teóricas e epistemológicas nas ciências sociais, um novo paradigma se instala nos estudos de jornalismo: a teoria do *newsmaking*. Esta teoria tem como fundamento “a construção social de uma suposta realidade”, já que rejeita a Teoria do Espelho de que a imprensa reflete a realidade fielmente (PENA, 2006). A teoria tem como perspectiva o método construtivista e por isso, enfatiza o caráter convencional das notícias, ou seja, as notícias não refletem a realidade tal como ela é, mas ajudam a construí-la.

Esses pressupostos estão incluídos no modelo teórico do *newsmaking*, cuja sistematização feita por autores como Mauro Wolf e Nelson Traquina, por exemplo, leva em consideração critérios como noticiabilidade, valores-notícia, constrangimentos organizacionais, construção da audiência e rotinas de produção. Ou seja, embora a notícia não se esgote na sua produção, é com ela que esse modelo está preocupado (PENA, 2006, p. 128).

Para Erbolato (2006), as notícias, de maneira geral, poderiam ser publicadas respeitando-se alguns critérios que motivam o público a se interessarem, relacionarem ou se referirem com eles. Porém, as empresas nem sempre aplicam os mesmos. O autor elaborou uma lista de critérios, que correspondem ao que ele acredita ser de mais relevante para o interesse público. Nesta lista, é possível encontrar desde critérios como proximidade, importância, impacto, expectativa ou suspense até interesse pessoal, repercussão ou interesse humano.

A teoria do *newsmaking* foi um importante avanço na concepção epistemológica do jornalismo. Entretanto, esta teoria volta-se mais aos processos de produção jornalística, esquecendo-se assim, de levar em conta a recepção. As perspectivas de pesquisa no jornalismo, atualmente, se baseiam na interdisciplinaridade, pois propõem o diálogo com outros campos de conhecimento como a linguística, a sociologia, a filosofia etc. Trata-se, de acordo com Moraes (2011, p. 48), de um modelo integrador, pois procura “entender os objetos de pesquisa de forma mais holística e menos fragmentada”. [...]. “Além disso, insere em suas preocupações a análise dos sujeitos interpretantes das notícias”.

Mas, quando saímos do universo da pesquisa e retomamos ao mundo profissional do jornalismo, o conceito de objetividade ainda se mantém, apesar de, inevitavelmente estar

caindo por terra. Algumas perguntas necessitam ser respondidas antes de nos atermos a essa crise: como surgiu o conceito de objetividade jornalística? E que fatores ocasionaram esse aparecimento? A obra de Michael Schudson *Descobrimo a notícia: uma história social dos jornais nos Estados Unidos*²³, bem como um estudo pioneiro de Luiz Amaral podem ser relevantes para nossa reflexão.

Segundo Amaral, em *A objetividade jornalística* (1996), a noção de objetividade, ligada à consolidação da modernidade instaurou-se primeiro como postura epistemológica nas ciências exatas para depois vir a ser incorporada pelas ciências sociais. De acordo com o autor, citando o *Dicionário Básico de Filosofia*, a objetividade é definida como aquilo que existe independentemente do pensamento, sendo que na filosofia de Kant, o conceito estaria ligado ao conhecimento objetivo, àquilo que se constitui como objeto da experiência; uma tentativa epistemológica de se construir uma ciência que se baseasse em observações controladas, métodos objetivos e verificacionais, que pudessem ser reproduzidos e testados posteriormente²⁴.

O conceito de objetividade, além de ser um dos problemas centrais da filosofia, teve também seu ápice nas teorias positivistas de Augusto Comte (1798-1857). Nas concepções deste, a única forma de se obter o verdadeiro conhecimento seria através do conhecimento científico, descartando-se assim, toda e qualquer forma de conhecimento que não pudesse ser comprovada cientificamente. O desprezo de Comte pela teologia e pela metafísica consistia no fato de que para ele, tudo isso fazia parte de credices e superstições incapazes de gerar progresso à humanidade. Mas avanços na química e na física, como o *princípio da incerteza* de Heisenberg, a contribuição de Einstein para a física quântica, ou ainda os trabalhos de Schrödinger e Kurt Gödel rechaçaram o determinismo do Positivismo, segundo Amaral, 1996²⁵.

²³ Embora a obra de Schudson se detenha numa análise histórica dos jornais estadunidenses, é considerada relevante para o estudo em questão, pois o jornalismo brasileiro sofreu grandes influências daquele, principalmente no que concerne às práticas profissionais: técnicas, códigos de ética, linguagem etc.

²⁴ Inevitavelmente, quando adentramos ao conceito de objetividade, deve-se levar em conta seu constante debate na teoria do conhecimento. Desde Kant até Husserl ou Merleau-Ponty, a questão da possibilidade de se ter um conhecimento totalmente objetivo acerca do mundo vai sendo ignorado, abrindo novas proposições teóricas que dão conta da subjetividade humana para a apreensão dos objetos (MORETSZOHN, 2001).

²⁵ Numa reflexão acerca do paradigma das ciências, Boaventura de Sousa Santos (1996) afirma que o paradigma dominante (baseado num modelo totalitário, onde não há outra forma de conhecimento a não ser aquela pautada pelos princípios epistemológicos e regras metodológicas da racionalidade científica) vem entrando em crise, pois apresenta insuficiências estruturais, sendo a própria crise resultado do aprofundamento do conhecimento que ele

Voltando ao contexto jornalístico de objetividade, antes da primeira metade do século XIX, mais especificamente antes de 1830, a imprensa era um veículo político-partidário, em que os interesses e posições ideológicas dos partidos e dos donos dos jornais eram declarados explicitamente, e isso não era nenhum problema. Além disso, o público destes jornais era estritamente burguês, e o conteúdo das notícias, baseadas em assuntos sobre o comércio e política, interessava apenas a este público. Após 1830, a imprensa de países como França, Inglaterra e principalmente dos Estados Unidos passa de veículo político para veículo comercial e começa a se destinar para as mais variadas camadas da população. Neste momento, a imprensa se tornaria uma empresa e precisaria aperfeiçoar sua mercadoria – a notícia. “A notícia como mercadoria vai recebendo cada vez mais investimentos para melhorar sua vendabilidade” (MARCONDES FILHO, 2000, p.24) e a imprensa começa a desenvolver técnicas para melhorar e mesmo aprimorar seu produto. Dessa forma, são criadas as manchetes, os destaques, as capas, as reportagens, entre outros elementos para atrair o público. Para Schudson (2010) foi graças à *penny press* que o atual jornalismo como atividade profissional se desenvolveu. Mas a emergência deste jornalismo se deu dentro de um contexto maior, contexto este abrigado pela ascensão de uma sociedade democrática de mercado, caracterizada pela democratização do comércio e da política, ascensão de uma nova classe média que se anunciava exigindo maior igualdade na vida social, e a crescente aceleração do consumo entre as famílias.

Em 1833, surge nos Estados Unidos, o primeiro jornal de massas, o *New York Sun*, primeiro jornal a tratar de notícias relacionadas a “interesse humano”. Prokop (1979, apud MARCONDES FILHO, 2000) explica de forma crítica e detalhada acerca do conteúdo e proposta deste jornal.

mesmo propiciou. “[...] o conhecimento científico moderno é um conhecimento desencantado e triste que transforma a natureza num autômato, ou, como diz Prigogine, num interlocutor terrivelmente estúpido” (SANTOS, 1996, p. 32). Ao realizar uma configuração sobre um paradigma emergente (onde ele mesmo admite ser realizado por vias especulativas) o autor apresenta algumas características importantes para pensarmos sobre o conceito de objetividade. Para ele, “todo o conhecimento científico-natural é científico-social”, ou seja, a visão dicotômica entre ciências naturais e ciências sociais deixa de ter sentido e utilidade, e passa a valorizar os estudos humanísticos. Além disso, os dualismos que tanto marcam o paradigma dominante, como o de natureza/cultura, sujeito/objeto, corpo/alma, objetividade/subjetividade etc., também vão sendo superados. Outras características do paradigma emergente também são aludidas pelo autor, como: “todo o conhecimento é local e total”; “todo o conhecimento é autoconhecimento”, e por fim, “todo o conhecimento científico visa a constituir-se em senso comum”.

O primeiro jornal de massa surge (...) já em 1833. Ele, o jornal *Sun*, não possuía nenhum artigo de fundo politicamente diferenciado, mas relatos sobre processos de justiça, execuções, suicídios, ocorrências locais e acontecimentos mundiais excepcionais. Em torno de 1830 já havia surgido, se bem que não profissionalmente, aquilo que seria chamado posteriormente de “opinião jornalística”, e o que seria louvado como concreção, inteligibilidade, formação individual, como tomada de partido pelo zéninguém, e criticado como personalização, ideologia, etc. Trata-se de uma concentração de temáticas sensacionalistas e um equivalente tratamento dos acontecimentos. Nos anos de 1880-1890, no período do *Gilded Age*, começa nos Estados Unidos a grande produção em massa. As misturas de sensacionalismo da imprensa de um *penny* são, então, refinadas e apresentadas tecnicamente com mais efeitos a partir de 1883 no jornal de Joseph Pulitzer, *World*, de Nova York. Aqui surge uma mescla de indiscrição, sensações, escândalos, que vai se denominar, a partir daí, “interesse humano”. (PROKOP, 1979, apud MARCONDES FILHO, 2006, p. 24).

Mas, para Schudson, o *Sun*, apesar de primeiro jornal do tipo *penny paper* (jornal de um centavo), que em poucos meses alcançara a maior tiragem dentre qualquer outro da cidade não representou um avanço tão significativo quanto o *New York Herald*, fundado dois anos depois por James Gordon Bennet. Isto porque, o *Herald* simbolizou a ascensão da classe média, como uma nova forma de existência no mundo, além de ter proporcionado inovações na publicidade de anúncios, nos correspondentes estrangeiros, além do artigo econômico, que não apenas descrevia os detalhes do mercado, mas também os interpretava e fundamentava, tornando-os de interesse geral para os comerciantes.

Os jornais populares foram, sem dúvida, um marco para o desenvolvimento do jornalismo. A própria noção de notícia que temos hoje, originou-se desses jornais. A eles, não interessava apenas a publicação de notícias sobre comércio e política, mas também notícias locais e domésticas. Pela primeira vez, relatos policiais, decisões dos tribunais, vida social e privada eram tornados públicos. “[...] Os jornais começaram a reverberar não os eventos de uma elite numa pequena sociedade mercantil, mas as atividades de uma sociedade de classe média cada vez mais variada e urbana, ligada ao comércio, transporte e indústria” (SCHUDSON, 2010, p. 34).

A invenção do jornalismo como profissão, e concomitantemente como empresa entregue à lógica capitalista, fez emergir a mercadoria *notícia*, tal como a conhecemos hoje. O conceito de notícia nos *penny papers*, segundo Schudson, não apenas a tornou um produto comercializável, como também instituiu (ou inventou) um novo gênero, que reforçou a importância da vida cotidiana. A publicidade tornara-se a maior fonte de sobrevivência desses

jornais. Em 1851, surge o *The New York Times*, simbolizando o primeiro modelo de jornalismo informativo, em que uma clara separação entre informação jornalística e entretenimento se estabelecia²⁶.

No tópico anterior, havíamos destacado as premissas e princípios básicos do jornalismo, onde citamos quatro principais acontecimentos que segundo Amaral (1996) contribuíram para o aparecimento do princípio de objetividade no jornalismo: o advento das agências de notícias, o desenvolvimento industrial, as duas guerras mundiais e o advento da publicidade e das relações públicas.

A imprensa iria se beneficiar enormemente dos avanços tecnológicos representados pelo telégrafo, pela máquina a vapor, pelo telefone, e um pouco depois pela fotografia. Dentro deste contexto de abertura de mercados, produção em massa e valorização da propaganda surgiram as primeiras agências de notícias: *Havas*, em 1835, que depois passaria a se chamar *France Presse* fundada pelo francês Charles-Louis Havas; a *Associated Press*, norte-americana, fundada em 1848 por um grupo de jornais de Nova York; a alemã *Telegraphen Compagnie* de Berlim, fundada em 1849 por Bernard Wolf; e a inglesa *Reuter*, fundada em 1849 por Paul Julius Reuter (AMARAL, 1996).

Estas agências vendiam notícias para governos, negociantes, diplomatas etc., depois passando a vender também para jornais. Com clientes tão diversificados, tais agências necessitavam manter um padrão na linguagem das informações, atribuindo um certo grau de equilíbrio e objetividade, como Amaral (1996) exemplifica.

Neste sentido, embora as agências de notícias possam ter influenciado outros jornais a dar informações de modo menos livre de comentários e com mais imparcialidade, Schudson acredita que um modelo instituído para a sobrevivência específica dessas agências não foi determinante para que outros jornais o adotassem da mesma forma. Para ele, o *The New York Times* teve uma influência muito maior, pois foi o primeiro jornal a enfatizar o modelo “informativo”, em detrimento do modelo “narrativo” dos jornais sensacionalistas. Assim, tais

²⁶ Em contrapartida ao jornalismo informativo que emergira naquela época, simbolizado pelo *The New York Times*, um outro tipo de jornalismo, considerado como “narrativo” também se desenvolvia poucos anos antes do surgimento do *Times*. O *New York World*, de Pulitzer e o *Morning Journal* de Hearst decidiram ser o oposto do *Times*, ao aderir ao sensacionalismo e entretenimento em sua narrativa, ao invés da informação séria. Embora o *Times* naquele período nunca tenha alcançado o *World* ou o *Journal* em número de tiragens e leitores, foi ele quem estabeleceu o padrão no jornalismo, através da instituição de notícias factuais, da informação em detrimento do entretenimento, além das temáticas abordadas (SCHUDSON, 2010).

argumentos são refutados pelo autor, bem como o de desenvolvimento industrial e o da alfabetização da população²⁷.

Um segundo argumento que tenta “explicar” o surgimento do ideal da objetividade no jornalismo está relacionado às duas guerras mundiais. Antes da Primeira Guerra Mundial, o empirismo ingênuo era marcadamente forte entre os jornalistas, que acreditavam que os “fatos” poderiam falar por si só. Mas o termo “objetividade” ainda não era empregado por eles e nem pelos críticos de jornalismo. O propósito dos jornalistas era manter-se fiéis aos fatos cotidianos, e o *Times* se vangloriava por publicar “todas as informações”, diante da guerra moral que tinha com os jornais sensacionalistas. No entanto, como assinala Schudson, essa confiança nos fatos não iria perdurar. Logo, por volta de 1920, um ceticismo e um pessimismo diante das instituições iriam preponderar na sociedade como um todo.

O pessimismo sobre as instituições da democracia e do capitalismo nos anos de 1930 tinha raízes na dúvida da década de 1920 a respeito da coletividade e da natureza humana, dos valores tradicionais e os conhecimentos adquiridos. O espírito das corporações nos anos de 1920 flutuava, e havia um sentimento de libertação na ciência social, nas artes e na vida social da boêmia urbana. Mas a libertação para uma nova cultura acompanhou uma rápida desintegração da antiga, e muitos pensadores sérios começaram a temer que as novas estruturas das artes e das ciências estivessem sendo erguidas sem fundações (SCHUDSON, 2010, p. 148).

A razão, como o poderoso meio pelo qual a sociedade se norteava e se fundamentava (em detrimento da irracionalidade e paixão pelas quais as massas se guiavam) entrava em declínio na medida em que terríveis acontecimentos afrontavam-na, como as guerras, a depressão, o nazismo e o holocausto²⁸.

²⁷ O argumento da alfabetização, refutado por Schudson, mas ainda utilizado por vários teóricos para explicar o surgimento e desenvolvimento dos jornais de massas diz respeito à crença de que a ampliação da escolarização e alfabetização ocorridas no final do século XIX demandaria um novo público para os novos jornais *penny*. Considera-se, sem dúvida que sem a alfabetização da população o sucesso desses jornais seria impossível. Neste sentido, o autor então lança uma questão: “Mas um aumento da alfabetização em si é um estímulo para a circulação de jornais?” (p. 48). Para ele, existem algumas razões para se duvidar disso, principalmente porque naquele período não havia pesquisas capazes de constatar o número da população alfabetizada e ainda, os estudos de alfabetização só incluíam o analfabetismo, e, ao que parece, era possível estimar o percentual de homens casados num povoado particular que eram capazes de assinar seus certificados de casamento, mas não era possível saber se eles podiam ler ou não.

²⁸ Um clássico trabalho de Herbert Blumer (1978) escrito em 1946 ilustra como a ideia de massa era tida naquele período da história humana. Para Blumer, a massa era composta por indivíduos desvinculados e alienados, obrigados a agir separadamente, pois não eram capazes de se comunicar. Os partícipes da massa constituem-se de pessoas advindas de qualquer profissão ou categoria social, são anônimos, possuem organização frágil, sem o potencial organizativo de que tem uma multidão. A visão preconceituosa pela qual se tinha a respeito da massa

A propaganda de guerra demonstrou de diversas maneiras à comunidade jornalística, o quanto a informação poderia ser passível de manipulação, interpretação e até mesmo de criação. Dessa forma, a discussão sobre objetividade, pela primeira vez ganharia fôlego, não apenas no mundo profissional, mas se inseria também nas universidades. A disciplina *Ciência da Comunicação* definia pela primeira vez a comunicação como vetor do comportamento humano, e o pensamento de Max Weber, Augusto Comte, Emile Durkheim, Herbert Spencer, Walter Benjamin, Georg Simmel, entre outros iria influenciar enormemente a concepção fenomenológica e funcionalista dos norte-americanos John Dewey, Charles Horton Cooley, Robert Ezra Park e George Herbert Mead.

Outros fatores, como o advento da publicidade e das relações públicas, também influenciariam exponencialmente a ideia de objetividade no jornalismo. A publicidade, até então tida como algo negativo e de mau gosto, passou a se beneficiar do desenvolvimento da imprensa e vice-versa.

Até 1920, os termos publicidade e relações públicas eram designados e confundidos como “propaganda”. As relações públicas eram tidas como uma atividade que tinha o objetivo de promover um fato ou acontecimento, publicando-os como matéria paga, até que dois agentes de relações públicas, Ivy Lee e Edward Bernays mudaram a forma que as organizações profissionais encaravam esse campo da Comunicação. Segundo Amaral, o reflexo das atividades destes dois agentes estabeleceu uma diferença entre fazer propaganda e trabalhar a opinião pública.

Ivy Lee (considerado o primeiro agente de relações públicas) fora contratado por uma empresa chamada *Pennsylvania Railroad* para conduzir as relações desta com a imprensa. Até aquele período, o trabalho destes assessores era dificultar o trabalho dos repórteres em obter informações para que nada pudesse atingir de forma negativa a imagem da empresa. No entanto, Lee teve a ideia de agir de modo contrário. Logo depois de contratado, um acidente ocorreu nas linhas férreas (o que, segundo Schudson era comum ocorrer naquela época) e Lee convidou os repórteres ao local do desastre e esclareceu abertamente tudo o que havia ocorrido. “A insistência de Lee na ‘franqueza absoluta’ em relação à *Pennsylvania Railroad* forçou as outras ferrovias a seguirem o mesmo exemplo” (SCHUDSON, 2010, p. 158). Com a

(de que a mesma seria irracional, “feminina” e volúvel) está muito ligada à ascensão da propaganda de guerra, como também do inchaço das cidades, que se deu através da migração da população norte-americana do campo para a cidade, bem como do grande número de povos estrangeiros que tentava a vida nos Estados Unidos.

abertura que o assessor provocou, um relacionamento confiável se desenvolvia entre jornalistas e companhia.

Já Edward Bernays, sobrinho de Sigmund Freud havia sido influenciado pelo legado de seu tio, e detinha-se na questão do comportamento humano, esforçando-se em criar uma imagem positiva na profissão de relações públicas. Substituiu o termo “agente de propaganda” para “assessor de relações públicas”, e insistia no fato de que o assessor de relações públicas “não é meramente um provedor de notícias; ele é, mais logicamente, o criador da notícia” (SCHUDSON, 2010, p. 162 apud BERNAYS, 1923, p. 195).

Diante de tais acontecimentos, os jornalistas se sentiam bastante ameaçados devido ao fato de as relações públicas afligirem as relações sociais que os jornalistas mantinham com suas fontes. Neste momento, os repórteres não necessitavam mais buscar a informação – ela já vinha até eles, nos moldes de uma notícia empacotada. Até 1930, havia mais assessores de relações públicas do que jornalistas nos Estados Unidos. Cada vez mais, esses assessores eram contratados por agências governamentais, empresas etc., e até mesmo presidentes como Theodore Roosevelt, Woodrow Wilson e Warren Harding instituíram estes especialistas para conduzirem o relacionamento do Poder Executivo com a imprensa, sendo que este último foi quem cunhou o termo “porta-voz da Casa Branca” (AMARAL, 1996).

“O que havia sido a principal base para a competição entre os jornalistas – a reportagem exclusiva, a narrativa confidencial, a informação privilegiada, o furo – fora varrido para longe pelas notas e conferências de imprensa” (SCHUDSON, 2010, p. 164). De fato, a verdadeira função dos jornalistas, além daquilo que caracterizava sua identidade profissional, seu modo de ser, em grande parte tinha se perdido em meio a essas novas especialidades comunicativas. Mas, como bem nos advertem os autores, foram os próprios jornalistas os responsáveis, em parte, pela aproximação das duas áreas ao aceitarem criar uma relação amistosa, em que o material fornecido pelas relações públicas era aceito, publicado e até mesmo procurado.

Com o advento das relações públicas, e a publicidade se tornando a grande fonte de renda dos jornais, além de outros acontecimentos ocorridos após 1890, os jornalistas sentiram-se obrigados a suspeitar dos fatos e a subjetivação fora admitida em parte pelos jornais. No início da década de 1920, já apareciam matérias assinadas nos jornais, como também nas notícias vendidas pelas agências de notícias. Além disso, cada vez mais os jornalistas se especializavam nas áreas que mais cobriam.

Até 1930, segundo Schudson, a objetividade era um valor profissional no jornalismo. Isto porque, admitia-se a impossibilidade de superação da subjetividade na apresentação da notícia – então, a busca pela objetividade seria a forma que os jornalistas encontrariam de dar às notícias o tom sério, imparcial e neutro de que elas necessitavam. Mas esta assertiva, para o autor, era mais um “bode expiatório” do que uma crença. Além disso, tanto os defensores quanto os opositores da objetividade no jornalismo encontravam-se imersos numa condição social, cultural e histórica (a modernidade) onde o ideal da objetividade seria a única resposta.

No Brasil, o estabelecimento da imprensa profissional se deu de modo tardio. Na transição do século XX, o que a caracterizava era a falta de recursos e uma linguagem literária, partidária e rude. A imprensa brasileira sofreu 300 anos de atraso, já que foi somente depois de 1808, quando da chegada da Corte Portuguesa no Brasil que foi instalado o primeiro jornal no país, a *Gazeta do Rio de Janeiro*. As notícias eram essencialmente fatos corriqueiros da família real.

O jornalismo desse período em diante era tido como panfletário, sendo que jornais rivais se atacavam frequentemente, usando uma linguagem violenta. O tribunismo também era característico. Para Amaral, temas como revoluções, quarteladas, independência, maioria etc., eram basilares. A maioria dos jornalistas era composta por escritores: Joaquim Nabuco, Olavo Bilac, Ernesto Sena, Gustavo de Lacerda, João do Rio, Paula Ney, entre muitos outros. Os escritores foram grandes personagens do jornalismo brasileiro, principalmente porque com seu estilo, deram ao Brasil uma tradição literária, embora isso não impedisse o aparecimento de jornalistas de vocação ou de carreira.

Mas, logo que o século XX florescia, e com ele a introdução do serviço telegráfico, e logo depois das relações públicas e da propaganda (estes últimos, essencialmente influenciados pelos Estados Unidos), a imprensa brasileira começa a se desenvolver. Conceitos como objetividade e imparcialidade seriam importados daquele país, e nomes como o de Assis Chateaubriand foram igualmente primordiais para seu desenvolvimento. Com o telégrafo, os jornalistas, segundo Dines (1993, apud AMARAL, 1996, p. 74) “apreenderam um novo estilo, seco e forte, que já não tinha qualquer ponto de contato com o beletismo”.

Após a Segunda Guerra Mundial, a ideia de *lead*, pirâmide invertida e *copy desk*, trazidas dos Estados Unidos por Pompeu de Souza, viriam a ser incorporadas pela imprensa nacional. Luís Paulistano foi o primeiro a implantar tais concepções no *Diário Carioca*; logo

depois, a *Tribuna da Imprensa*, *Última Hora* e *Jornal do Brasil*, todos cariocas, também iriam adotar.

Mas, como aponta Amaral, a implantação de tais técnicas nas redações estava reduzida apenas à forma das notícias, sua valorização e construção. A discussão sobre objetividade no Brasil iria tomar corpo bem mais tarde, através do pioneirismo do jornalista Alberto Dines na seção dominical *Jornal dos Jornais*, da *Folha de S. Paulo*, e no livro *O Papel do Jornal*, publicado em 1966²⁹.

2.1.1 A crise do conceito de objetividade jornalística

Segundo Sylvia Moretzsohn (2001), a discussão sobre objetividade no jornalismo ainda resiste porque habituou-se a não atentar para o processo como um todo, sem o qual não existiria a concretização da notícia. Para a autora, a discussão fica presa aos textos acabados, sem levar em conta os elementos não verbais, como as fotografias, ilustrações, infográficos, o processo de seleção da notícia ou sua edição – como também não leva em conta a linha editorial do jornal, a disposição tipológica das letras, das colunas, das manchetes, das cores etc. Se transferíssemos a discussão para o rádio ou para a televisão, a questão se tornaria ainda mais complicada, pois outros elementos como a entonação da voz, as expressões faciais, os gestos ou os efeitos sonoros também precisariam ser considerados.

Mas o que significa ser objetivo jornalisticamente? Precisão, interesse, verificação, veracidade, independência, neutralidade podem ser algumas de suas características? Outras, como informar sem emoções, empregar citações diretas e palavras neutras, estruturar as palavras numa sequência ordenada, utilizando-se, por exemplo, o *lead* ou a técnica da pirâmide invertida ou, ainda, ouvir os diversos lados da história, por si só caracterizam uma notícia como objetiva? De fato, contrapor objetividade e subjetividade, afirmando a supremacia de um dos dois não auxilia em nada, pois é na articulação desses dois conceitos que a notícia é construída, desde a seleção dos acontecimentos até a construção textual

²⁹ O *Jornal dos Jornais* foi a primeira iniciativa de *media criticism* no Brasil. Teve curta duração – por volta de 1975 a 1977, mas foi uma das iniciativas mais importantes para a criação de crítica da mídia no Brasil. Atualmente, o *Observatório da Imprensa* (o qual Dines também foi criador e é atualmente coordenador), é um dos mais importantes espaços de reflexão e crítica sobre a mídia brasileira, estando presente na televisão, rádio e internet.

(escolha das palavras, contextos, por exemplo), a edição, diagramação e consumo pela recepção.

Gaye Tuchman, num clássico trabalho intitulado *A objetividade como ritual estratégico: uma análise das noções de objetividade dos jornalistas* (1999) constatou que os jornalistas evocam o conceito de objetividade nos moldes de um “ritual estratégico”, com o objetivo de neutralizar críticas, isto é, de se defenderem contra os riscos de sua atividade, como o *deadline* para entrega do material, os processos difamatórios, a repreensão de seus superiores, mas, sobretudo, dos ataques dos críticos.

Para Moretzsohn (2001, p. 4), a sobrevivência do falso paradigma da objetividade se dá pelo fato de que “os meios de comunicação de massa mascaram o processo de construção social que permitiria perceber, na apresentação da ‘verdade dos fatos’, a intermediação discursiva entre sujeito e realidade através da linguagem”. É assim que atualmente há um grande consenso entre os teóricos na afirmação de que a notícia é um produto fabricado, que ajuda a construir socialmente a realidade, ou seja, os jornalistas recopiam os acontecimentos transformando-os em notícia e dando-lhes sentidos. Entretanto, na afirmação de Moretzsohn, os meios de comunicação “mascaram” ou mesmo “simulam” essa potencialidade de construção da realidade social porque não deixam transparecer essa intermediação discursiva que se dá entre a linguagem e o sujeito. Nesta perspectiva, o jornalismo ajuda a construir a realidade ou as múltiplas realidades – ele não é a realidade em si.

Para Tuchman (1999), o conceito de objetividade no jornalismo se explica atualmente no contexto norte-americano para atender mais a demandas industriais e profissionais, do que como argumento ideológico. Segundo a autora, que chegou a essa conclusão através de pesquisa realizada em dez jornais (além de entrevistas com jornalistas), quatro procedimentos são necessários, além da “verificação dos fatos”, para que se torne possível chegar à objetividade: a apresentação de possibilidades conflituais; a apresentação de provas auxiliares; o uso judicioso de aspas e a estruturação da informação numa sequência apropriada. Por outro lado, Moretzsohn (2001) afirma que o grande problema dessas pesquisas é que elas não evidenciam os problemas ideológicos existentes nas redações.

Ao contrário, a defesa do profissionalismo é vista como uma reação a pressões comerciais (e políticas) externas e estranhas ao trabalho da imprensa, que adotaria princípios compartilhados tanto por editores e repórteres (MORETSZOHN, 2001, p. 5).

No entanto, não restam dúvidas, como a própria autora aponta ao longo de seu trabalho, de que o ideal de objetividade compartilhado entre os jornalistas atualmente não possui vínculos ideológicos, mas sim profissionais, como são os “rituais estratégicos” definidos por Tuchman. A imparcialidade e objetividade são muito mais construtos de um discurso institucional para a legitimação da profissão, do que um ideal que o jornalista tende a buscar.

[...] essa perspectiva esquece a importância política do jornalismo e, por isso, acaba vítima de seus próprios pressupostos, não conseguindo romper o círculo vicioso da análise formalista. Perceber o jornalista estritamente como um “profissional” obediente a procedimentos predeterminados (nos termos em que, não por acaso, as empresas pretendem fazer) é um modo de reduzir sua importância e sua possibilidade transformadora (MORETSZOHN, 2001, p. 12).

O objetivo proposto pela autora aqui é retomar o espírito político e militante que um dia já fez parte dos jornalistas, afirmando que esta ideia não estaria diametralmente oposta à de defesa do “profissionalismo”, mas pelo contrário, acrescentaria ainda mais credibilidade e legitimidade a este profissional.

Nos últimos anos, diante dos avanços de pesquisas acadêmicas no campo da Comunicação, como também em áreas afins, é possível observar o quanto a ideia de objetividade jornalística vem se esgotando até entre seus defensores.

De qualquer forma, o conceito de objetividade jornalística tende a ser cada vez mais renegado, por conta da ingenuidade de “espelho da realidade” que ele se propõe a articular. Mas isto não significa que tudo seja considerado puramente subjetivo ou que nenhuma apropriação jornalística consiga aproximar-se da “verdade dos fatos”. Acentue-se aqui, que utilizamos a palavra *aproximar*, não alcançar. Maffesoli (1997, p. 43) defende a ideia de que não é mais possível observar as situações concretas da vida cotidiana, tendo como premissa essa “taxionomia simplificadora à qual havíamos sido habituados por um certo positivismo reducionista”. [...]. “‘O multidimensional e o inseparável’, para retomar uma expressão de Morin, nos introduzem em uma ‘espiral’ sem fim que tornará obsoleta a tranqüila (*sic.*) e bastante enjoadada contabilidade dos burocratas do saber”.

O estudo que Charaudeau (2012) realiza acerca do discurso das mídias permite identificar processos de construção da realidade, os quais ele denomina de “estratégias de encenação da informação”. Sua reflexão focaliza primeiramente nos dispositivos de

encenação. Cada situação de comunicação (face a face, escrita etc.) exige uma maneira de se expressar diferente. É o dispositivo quem vai operar a formatação de uma mensagem, moldando-lhe sentidos. O dispositivo compreende um contrato de comunicação firmado para que haja a interpretação de uma mensagem. Charaudeau assinala três elementos que atuam neste contrato: o material, o suporte e a tecnologia. O material é composto por aquilo que informa, toma corpo e se manifesta no sistema significante, a saber: a oralidade, a escrituralidade, a gestualidade e a iconicidade. No suporte, (que é também um elemento material) considera-se o canal de transmissão da mensagem: o papel, a madeira, a tela de cinema, a tela de vídeo etc. Por fim, vem a tecnologia, o “conjunto da maquinária”, que combina os mais diversos tipos de materiais e suportes. Além disso, a tecnologia também pode organizar e ordenar o conjunto de participantes daquele ato comunicacional, como também regular parte de suas relações e conexões.

Nos três grandes suportes da comunicação midiática que Charaudeau considera – o rádio, a televisão e a imprensa escrita – nas diferenças de materialidade de cada um e nas características que lhe são próprias, é possível dimensionar quais e como são as representações do tempo e do espaço que cada um incide sobre o acontecimento bruto.

Neste sentido, o principal produto jornalístico – a notícia – trata-se de um produto transformado e construído pela máquina midiática que é formada por um conjunto de engrenagens e atores, cada qual em seu setor, submetido a funções, restrições e regras, que visa à criação de um produto acabado. Se a notícia, como nos aponta Marcondes Filho (1989, p. 13) é “a informação transformada em mercadoria com todos os seus apelos estéticos, emocionais e sensacionais”; e se ela perpassa por inúmeros processos de transformação através da encenação midiática, já fica bastante óbvio que toda essa série de filtros construtores de sentidos não ocasionam apenas a percepção e interpretação de um jornalista ou de uma testemunha do acontecimento em seu estado bruto, mas sim, por todo esse conjunto que compõe a máquina midiática.

Para que o processo de interpretação do acontecimento percorra de seu estado bruto até o acontecimento interpretado, um longo caminho no contrato de comunicação é cursado. Em linhas gerais, três processos de semiotização neste contrato são levados em conta: o processo de transformação, que consiste em transformar “o mundo a significar” em “mundo significado”; o processo de transação, que consiste em dar uma significação psicossocial ao

ato do sujeito de produzir linguagem; e o processo de interpretação, que faz com que aquilo que foi transmitido, seja compreendido e interpretado por quem recebeu.

A finalidade do homem, ao falar, não é a de recortar, descrever, estruturar o mundo; ele fala, em princípio, para se colocar em relação com o outro, porque disso depende a própria existência; visto que a consciência da existência de si passa pela tomada de consciência do outro, pela assimilação do outro e ao mesmo tempo pela diferenciação com relação ao outro. A linguagem nasce, vive e morre na intersubjetividade. É falando com o outro – isto é, falando o outro e se falando a si mesmo – que comenta o mundo, ou seja, que descreve e estrutura o mundo (CHARAUDEAU, 2012, p. 41 e 42).

A discussão dos conceitos de objetividade e imparcialidade como crença para a existência de um jornalismo de qualidade não cabe mais nos dias atuais, se tomarmos a linguagem em sua intersubjetividade, como aquilo que é moldado e construído pela história, pela sociedade e pela cultura, e que não se apresenta como transparente ou imutável. Uma atividade como a jornalística que lida com mundo, sujeitos e linguagem, e que busca construir e representar a (s) realidade (s) deveria debater-se muito mais num esforço pela busca de uma sólida formação profissional e pessoal do jornalista e num empenho contínuo de se unir a ética, a técnica e a estética.

2.2 A linguagem jornalística dos textos impressos

A linguagem jornalística possui especificidades que a diferencia de outros gêneros, como a literatura. Seu objetivo é a produção noticiosa em escala industrial e consumo imediato. Nesta seção, faremos uma breve revisão acerca de suas características e estrutura, delimitando nosso estudo à linguagem do jornalismo impresso, já que cada meio de comunicação jornalístico (rádio, TV, internet) adota uma linguagem inerente ao dispositivo em que está inserido.

O texto jornalístico utiliza predominantemente a função referencial da linguagem. Como em outras áreas do conhecimento, como a História, a Física ou a Filosofia, a mensagem referencial tem “a finalidade de transmitir conhecimentos acerca de seu objeto de estudos” (CHALHUB, 2006, p. 11), tratando acerca das coisas do mundo fenomênico, extralinguístico. No entanto, como nos alerta Jakobson (apud CHALLHUB, 2006), cada mensagem traz articulações das funções da linguagem entre si; é impossível que uma mensagem traga uma

função em estado puro. Por isso é que em alguns casos, podemos observar que além da função referencial, a linguagem jornalística também pode abrigar outras funções como a poética, a emotiva, a metalinguística ou a conativa.

Um texto jornalístico também pode abrigar um caráter poético, na medida em que pretenda demonstrar a “realidade sensível e concreta da palavra” (CHALHUB, 2006, p. 11). A função poética não é reservada apenas para a poesia. Para Chalhub, qualquer sistema de sinal, que tenha uma organização que concorra a este fim, pode carregar traços poéticos, mesmo que isto não seja predominante. Os sentidos possíveis sugeridos pela cadeia figurativa e expressiva podem desvelar estes traços, mas isto irá depender muito da atitude criadora e produtora do jornalista.

Em sentido amplo, a linguagem jornalística tende a ter como principal função a referencial, pois seu foco está na informação, na designação das “coisas” do mundo através de expressões referenciais, denotativas. “A ideia aqui é de transparência entre o *nome* e a *coisa* (entre o *signo* e o *objeto*), de equivalência, de colagem: a linguagem denotativa referencial reflete o mundo. Seria, assim, tão simples?” (CHALLUB, 2006, p. 10).

Segundo Nilson Lage (2006) outra característica do texto jornalístico é que ele é composto por palavras e expressões que estão na ordem linguística do cotidiano, mas ao mesmo tempo é aceito no registro formal. Embora o registro coloquial da informação seja mais eficiente na comunicação mediatizada, no sentido de ser acessível e abranger um número maior de pessoas de classes e escolaridade diferentes, o registro formal ainda consiste numa imposição política e social, que valoriza o emprego da formalidade, considerando como erro tudo aquilo que fuja dela³⁰. Assim, a linguagem jornalística está sujeita a uma restrição fundamental: “ela é basicamente constituída de palavras, expressões e regras combinatórias que são possíveis no registro coloquial e aceitas no registro formal” (LAGE, 2006, p. 50).

Há ainda, outras características relevantes descritas pelo autor: a linguagem jornalística também pode incorporar neologismos de origem coloquial ou que tenham grande expressividade; metáforas que contenham fundo crítico; denominações de objetos novos, que

³⁰ Importante ressaltar a questão inerente à gramática normativa e gerativa, que afetam diretamente o discurso jornalístico. Na gramática normativa, há uma imposição de regras que regem o bom funcionamento da linguagem falada e escrita. No entanto, muitas dessas regras somente se aplicam à linguagem escrita, porque a linguagem falada é muito dinâmica e apresenta variações quanto à competência linguística do falante, mas principalmente em relação à cultura deste falante. A gramática gerativa, idealizada por Noam Chomsky, propõe exatamente retratar o conhecimento mentalizado que os falantes possuem da língua, valorizando os conhecimentos gramáticos mínimos pelos quais o falante já obtém quando nasce (gramática internalizada).

tenham origem científica ou popular; designações técnicas que necessitem ser consideradas em sua exata significação, mas que podem ser explanadas posteriormente para que o leitor entenda do que se trata.

O uso da empatia também pode ser observado na linguagem jornalística, bem como a liberdade do jornalista para fazer opções linguísticas – por isso que neste ponto, o texto jornalístico não pode ser considerado nem objetivo nem imparcial. A partir do momento em que se tem consciência de que o jornalista é um profissional que, apesar de adotar algumas técnicas para observação e verificação minuciosa dos acontecimentos, possui relativa “liberdade” para construir sua própria narrativa deles, ordenando ou privilegiando informações em detrimento de outras – não podemos afirmar que seu texto é objetivo ou imparcial. Nenhum ser humano, por mais profissional e competente que seja consegue deixar de inferir fatores subjetivos em seu trabalho cotidiano. A subjetividade está permeada em todas as instâncias de nossas vidas. No jornalismo, isso fica ainda mais evidente, principalmente pelo fato de que nele (excetuando-se algumas notícias que têm o puro dever de informar), o ser humano encontra-se em posição central.

Um jornal que pretenda se destinar a um grande número de pessoas precisa ter em sua linguagem, em primeiro lugar, clareza e concisão. Mas podemos designar a clareza como a mais importante característica. Não importa se o texto é uma reportagem, uma crônica ou um editorial. Se o objetivo do jornalismo é informar os fatos com veracidade, ele deve tornar perceptível esse objetivo, evitando qualquer tipo de ambiguidade, reducionismo, repetição ou intercalação frasal excessivas. Tal obediência à clareza na exposição dos fatos não limita, no entanto, a capacidade de um jornalista em se reinventar e reinventar sua narrativa do cotidiano.

Ao problematizar a notícia como estratégia discursiva complexa do universo jornalístico, Sodré (2012) busca discutir acerca da especificidade da notícia enquanto estratégia de construção e comunicação do acontecimento. Em *A narração do fato*, o autor apresenta uma sólida investigação teórica, ancorada num leque bastante amplo sobre o problema da determinação do “noticiável”, em consonância com os discursos da informação e da ficção. Segundo ele, embora o texto de jornal represente e exija aspectos como concisão e clareza em seus recursos retóricos; e em sua estrutura ideológica presuma a “transparência da realidade” – características diversas a ele, como a imaginação, o uso de recursos literários, a criatividade no uso da linguagem por meio da narrativa, podem fazer com que tal mecânica da

construção noticiosa tenha uma relação tensa com a literatura (mas sem confundir-se com ela).

Para este autor, a notícia pode ser considerada como um gênero sociodiscursivo, porque “implica dizer que o seu sentido depende diretamente de uma situação comunicativa inserida na experiência cotidiana, comum a um grupo de sujeitos linguísticos” (SODRÉ, 2012, p. 138). Embora não tenha a mesma estabilidade formal como a de um gênero literário, por conta de suas constantes mutações, a notícia como gênero compreende “a construção textual paradigmática” pela qual se dá a informação jornalística.

Neste sentido, por meio de vários exemplos de notícias que utilizam elementos literários e fictícios, Sodré demonstra que o texto jornalístico não pode ser considerado como gênero literário e nem mesmo como ficção, somente por utilizar tais elementos.

O texto jornalístico pode ser retoricamente ficcional, mas não fictício, enquanto o literário comporta o ficcional e o fictício. O ficcional e fictício pode até mesmo comportar a argumentação, principalmente neste instante histórico em que a hipertrofia dos simulacros midiáticos confunde a distinção entre o imaginário e o real-histórico. No literário, porém, os argumentos não se dão como logicamente prévios ao texto, ou seja, ao invés de veicularem ideias previamente argumentadas, as palavras ganham uma outra “vida” e se atraem ou se catalisam mutuamente, gerando uma fala polissêmica, plurissignificativa assentada num real próprio, virtualmente afinado com uma dimensão originária, constitutiva, possivelmente *inatural* (SODRÉ, 2012, p. 167 e 168).

Esta abordagem de Sodré é fundamental para entendermos as tensões que se desencadeiam na diferenciação e aproximação entre a linguagem jornalística e a literária. Como se sabe, por se tratar de uma atividade profissional, o jornalismo precisa se adaptar às exigências do mercado, tendo como maiores premissas a imediaticidade da informação, a produção de notícias em escala industrial para consumo imediato, a linearidade textual, além da exigência de textos “objetivos” e “imparciais”, onde a profundidade e registro poético da linguagem são quase nulos.

Apesar de todos esses fatores, que fazem com que muitas vezes a linguagem jornalística se mostre desinteressante, fechada, sem criatividade e distante da realidade dos sujeitos, é possível que o jornalista mobilize recursos, não só linguísticos, que tornem sua narrativa um encontro com o Outro. Mas a mobilização destes recursos precisa começar,

propriamente, pelo modo como o jornalista enxerga o mundo à sua volta e os instrumentos que utiliza para escutar e decifrar este Outro.

CAPÍTULO III

Considerações teórico-metodológicas

3. O *corpus* empírico da pesquisa

Para a execução dessa pesquisa, os caminhos que serão traçados empiricamente têm o objetivo de descrever e compreender as estratégias e jogos discursivos de notícias que se apoiam em elementos sensacionalistas para construção de narrativas e, de outro lado, notícias que trabalham com elementos estético-poéticos, conseguindo alcançar uma dimensão de sentidos amplificada sobre a produção jornalística tradicional. O *corpus* da pesquisa é a reportagem do jornalismo impresso da revista *Época*.

A análise se empreenderá no recorte de duas notícias, consideradas, à primeira vista como aquelas que traçarão o contraponto articulado pelos dois conceitos trabalhos na parte teórica desta pesquisa: entre aquilo que, de um lado, denominamos de *jornalismo estetizado* e, de outro, *jornalismo sensacional*. A escolha pelo jornalismo impresso, e mais especificamente pela revista de informação justifica-se pelo fato de este veículo possuir uma forte ligação com seu público leitor, mas principalmente porque a linguagem de revistas tende a ser mais bem elaborada, como também sua apresentação visual, através do fotojornalismo e do tratamento de imagens.

O jornalismo de revista (outra especialidade de jornalismo, que anda do lado do telejornalismo, do radiojornalismo, do jornalismo digital, entre outros) possui suas especificidades na medida em que apresenta propostas diferentes dos demais tipos de jornalismo. Embora as virtudes da prática jornalística sejam as mesmas em qualquer veículo de atuação, cada um traz aspectos próprios no que tange ao conteúdo, ao público, à pauta, à linguagem, à apresentação visual. No jornalismo de revista, segundo Scalzo (2003), além dos aspectos visuais serem mais sofisticados, o material jornalístico comporta também este grau de sofisticação, pois tende a ser elaborado de forma mais aprofundada, mais analítica e detalhada. Além disso, diferentemente dos jornais impressos diários, que buscam alcançar uma grande diversidade de públicos, a revista de informação direciona-se a um público segmentado, e isso varia de uma revista para outra. O objetivo desta segmentação é delimitar o foco, buscando uma proximidade maior com o leitor.

Neste sentido, ao propor analisar notícias de uma só revista – a *Época* – nosso objetivo é manter um certo equilíbrio no que diz respeito à especificidade do discurso. Dessa forma, não cairemos na armadilha metodológica se analisássemos veículos diferentes, que

apresentam propostas diferentes, não encontrando, assim, um fio condutor que permitisse ligar os dois *corpus* escolhidos.

A revista *Época* é uma revista de informação, que possui circulação semanal. Lançada em 25 de maio de 1998 pela Editora Globo, é uma das maiores revistas semanais do Brasil, contando com uma ampla gama de assinantes e circulação. De acordo com dados da Associação Nacional de Editores de Revista (ANER), entre janeiro a março do ano de 2013, a *Época* teve a segunda maior circulação nacional (cerca de 387.000 mil exemplares)³¹, ficando somente atrás da revista *Veja* (embora estes números estejam entrando em declínio em muitas revistas semanais brasileiras).

Além de impressa, a revista também hospeda um site com formato específico para o jornalismo digital. De acordo com o site (<http://epoca.globo.com/>) a missão e visão do veículo são:

Nossa missão: Fazer um jornalismo que capte o espírito do nosso tempo e ajude a construir o amanhã, converta informação em conhecimento, transforme a confusão em clareza. **Nossa visão:** Nós e nossos leitores formamos uma comunidade que partilha interesses, ideias e opiniões em busca de um futuro melhor. (Disponível em: <http://epoca.globo.com//tempo/noticia/2013/07/nossa-missao.html>).

Além destes, a revista traça 13 posições, as quais fazem parte de “Nossa crença”. Entre eles, há desde a busca por um jornalismo independente e apartidário, a promoção de práticas e ideias inspiradoras, prioridade para a educação, o empreendedorismo, a meritocracia, até a defesa do meio ambiente, da arte, da cultura e da beleza.

Diante disso, a questão-problema que move esta pesquisa exige um procedimento metodológico que se concentre no recorte destes textos, os quais serão analisados no seu nível discursivo, entendendo que é através da superfície dos textos, que se torna possível encontrar as pistas ou marcas deixadas pelos processos sociais de produção de sentidos (PINTO, 2002).

Assim, entendemos a Análise do Discurso como o melhor procedimento metodológico a se adotar, pois é através deste campo de estudos, também considerado um método, que se torna possível dimensionar as estratégias e jogos discursivos empreendidos nestes textos.

O trabalho, ao tomar a estética e as sensações como referência teórica busca compreender a notícia enquanto experiência cognitiva. Utiliza a notícia, mais especificamente

³¹ Estes dados podem ser diretamente conferidos pelo site da ANER: <http://aner.org.br/>.

a reportagem como forma de se observar o jogo de construção de sentidos que se processa no ato comunicativo desencadeado pelos enunciados jornalísticos. O motivo pelo qual a reportagem impressa foi escolhida como objeto de análise reside no fato de ser uma das mais importantes manifestações jornalísticas, e ter o objetivo de explicar e compreender com mais profundidade um fenômeno social ou político considerado relevante e noticiável.

A reportagem, como gênero jornalístico consegue tratar dos assuntos de grande interesse com maior profundidade e não se limita apenas à descrição factual dos acontecimentos, como na notícia³². Algumas diferenças entre notícia e reportagem, embora sutis são identificadas por Carlos (2011). Enquanto na reportagem, o repórter tem mais liberdade na construção de seu texto, a notícia deve obedecer a alguns padrões da linguagem jornalística, como o uso da técnica da pirâmide invertida, sendo esta não necessariamente obrigatória para a reportagem. O repórter também utiliza um número maior de fontes, de documentação, arquivos, fotografias manipuladas, gráficos etc., o que dá possibilidades para que ele se detenha em questionamentos mais longos acerca do fato a relatar. A extensão do texto é maior, como também a presença de fontes não envolvidas diretamente no episódio, mas escolhidas de acordo com a intenção do repórter. Não é necessária imediatividade para entrega do texto para publicação, nem ineditismo de tema, embora o ineditismo seja temporário.

Além destes, podemos acrescentar a estas características os recursos linguísticos, imagéticos, figurativos etc., que o jornalista pode utilizar, dependendo da sua própria sensibilidade e maneira de narrar uma história; a tentativa de explicação de algum fenômeno realizada através das roteirizações que o próprio repórter cria; e por último, mas não menos importante, a busca pela decifração e conhecimento da alteridade – o que pode ser a parte mais difícil. Todas as características apontadas acima fazem da reportagem o material jornalístico dos mais relevantes, pois exige do jornalista sua verdadeira capacidade

³² Para José Marques de Melo (1985), classificar gêneros no jornalismo não é tarefa fácil. Isto porque, a própria configuração da identidade do jornalismo como objeto científico e conseqüentemente o alcance de sua autonomia dificultam esse processo de classificação. Teóricos latinos, europeus e norte-americanos se ocupam, há algum tempo, na tentativa de organizar e classificar os diferentes gêneros discursivos jornalísticos, com o objetivo de compreender os diferentes discursos produzidos pelos meios de comunicação. Ao revisarmos as classificações de teóricos de diversas nacionalidades, perceberemos diferenças, algumas sutis, outras não, quanto à classificação dos gêneros. No entanto, a *notícia*, permanece como a base do gênero informativo, no sentido de relato puro do acontecimento.

investigativa, ética e estética, não reduzindo o relato do acontecimento àquela fórmula fechada e “chata” da notícia factual, produzida na imprensa diária.

3.1 A Análise do Discurso

A partir do arcabouço teórico desenvolvido nas duas primeiras partes deste trabalho, consideramos a utilização da Análise do Discurso como o melhor método de análise empírica. A partir de seus pressupostos, originados da Linguística, principalmente em Ferdinand de Saussure (1996) – com seu *Curso de Linguística Geral*³³, a entendemos como um rico instrumento metodológico, inserido na tradição ocidental de análise de textos. Mas foi com o posterior surgimento da Semiótica Francesa, pelo então lexicólogo lituano Algirdas Julien Greimas que o estudo da língua através de sua unidade discursiva pôde se desenvolver, como aponta Tatit (2003).

Desde seus primórdios, a semiótica busca compreender a complexidade do fenômeno linguístico e concebe uma análise de linguagem que não se limita às formas semânticas ou sintáticas do texto, mas também ao seu conteúdo humano, o que envolve o contexto, a sociedade, a cultura, a ideologia. Essa manifestação do conteúdo humano na linguagem surge na literatura, no filme, na pintura, na música, na comunicação mediatizada, enfim, nas mais diversas organizações textuais – na forma de sistemas sígnicos, ou de significação. Segundo Tatit (2003, p. 187), a passagem do estudo das frases para o estudo dos textos provocou uma significativa mudança de enfoque nos estudos linguísticos, pois, “embora as frases façam parte do texto, a análise minuciosa de cada uma delas em nada contribui para a nossa compreensão de texto global”.

A semiótica adota a forma “sintáxico” para definir as relações entre categorias referentes ao texto global, reservando o termo ‘sintático’ para relações entre elementos no nível da frase. Mais do que alcançar a dimensão semântica dos textos, o objetivo da semiótica sempre foi o de extrair o valor sintáxico dos elementos de seu objeto de estudo (TATIT, 2003, p. 188).

³³ Foi no início do século XX, através da divulgação de trabalhos do professor da Universidade de Genebra, Ferdinand de Saussure, que a Linguística passa a obter reconhecimento como campo científico. Em 1916, segundo Petter (2003), dois alunos de Saussure recopiam anotações de suas aulas e publicam a obra que fundou a nova ciência, o *Curso de Linguística Geral*.

Neste contexto, a semiótica, como ciência geral dos signos não deixa de acolher o valor semântico dos textos, pois isso também faz parte do caminho que percorre para se realizar a análise textual. Mas, antes de tudo, a semiótica está preocupada na análise do texto, nos efeitos de sentido que ele provoca, ou seja, naquilo que ele diz, nos mecanismos e procedimentos que constroem os sentidos (FIORIN, 2003).

A Escola Francesa de Análise do Discurso surge na década de 1960, como novo campo de estudos, contribuindo, assim, com os estudos da semiótica, mas não se confundindo com eles. Além de tentar captar o que está por trás da superfície textual, a Análise do Discurso também analisa a construção do plano discursivo articulado nas relações de poder, na linguagem e na sociedade, além de entender a linguagem como forma de intervenção, algo que exige o diálogo com outras perspectivas e configura uma iniciativa interdisciplinar (PINTO, 2002).

Para Orlandi (2009, p. 15), “a Análise de Discurso concebe a linguagem como mediação necessária entre o homem e sua realidade natural e social”. Essa mediação seria o discurso, ou seja, os efeitos de sentido que se estabelecem através das relações que os sujeitos mantêm uns com os outros.

A comunicação mediatizada apresenta-se, assim, como o espaço privilegiado para compreendermos os efeitos de sentidos produzidos pelos produtos culturais. Como argumentamos em outros momentos deste trabalho, a comunicação é constitutiva do ser humano, e somente se efetiva através da linguagem. A análise do discurso de um texto jornalístico impresso, por exemplo, terá como base a linguagem verbal (embora muitas vezes mescle elementos iconográficos), onde se procurará descrever, interpretar e avaliar criticamente os efeitos de sentidos produzidos por aquele produto na sociedade.

A linguagem verbal, para Fígaro (2012) é o principal sistema de comunicação, ligado ao desenvolvimento da vida em sociedade, que serve para expressar para o exterior, aquilo que se encontra no pensamento interior.

A linguagem verbal é o objeto privilegiado de estudo na área da Comunicação. Ela interessa a esse campo de conhecimento como enunciado produzido por sujeitos sociais e, de alguma maneira, está presente em todas as outras “linguagens” (de forma híbrida e/ou sincrética; organização e/ou planejamento). A tradição teórica que aborda a linguagem verbal como o material semiótico do pensamento conceitual e da consciência apoia-se em autores como Lev Vigostky, Alexis Leontiev, Adam Schaff, Mikhail Bakhtin, Valentin Voloshinov, entre outros (FÍGARO, 2012, p. 11).

Foi assim, ainda segundo Fígaro, que a linguagem verbal no âmbito das relações de sentidos foi se demarcando na abordagem teórica do campo da Comunicação. O jornalismo, como uma das disciplinas que constituem a comunicação é, dessa forma, um local onde as formas empíricas de uso da linguagem estabelecem construções de sentidos que ultrapassam as condições de produção e estocagem do produto jornalístico. Embora caracterize-se por uma atividade muito mais complexa do que apenas “transmitir informação”, seu produto é a informação transformada em notícia, que será recepcionada e consumida por indivíduos vinculados num contexto social, histórico, cultural e político. Por isso que para Pinto (2002), as condições sociais de produção e o interdiscurso são essenciais para entendermos o processo de interação comunicacional, que engloba a produção, a circulação e o consumo de sentidos.

A informação, nos moldes de uma atividade social transformada em notícia é essencialmente uma questão de linguagem, que por sua vez, se transforma em discurso. Mas o discurso não é língua, como adverte Charaudeau (2012). A língua está na ordem das formas (morfologia), das combinações (sintaxe) e na busca do sentido (semântica). Já o discurso vai mais além do que o uso corrente da língua. O discurso é resultado do contexto social e da identidade (subjativismo individual) de quem fala e daquele pelo qual a fala se dirige, além da maneira pela qual se fala. Assim, o discurso é “a imbricação das condições extradiscursivas e das realizações intradiscursivas que produz sentido. Descrever sentido de discurso consiste, portanto, em proceder a uma correlação entre dois polos” (CHARAUDEAU, 2012, p. 40).

O material jornalístico, através desta perspectiva é construído por emissores que possuem certa intenção e que, através de diferentes linguagens (que dependem do contexto que se inserem esses emissores) visam à produção de sentidos, pelos quais são interpretados em contextos e realidades diversas.

De modo correlato a Charaudeau, para Orlandi, a língua não deve ser concebida como um código, como é traçado pelo clássico esquema comunicacional “emissor-mensagem-receptor”. Na verdade, a língua é mais complexa, pois envolve produção de sentidos, em que sentidos e sujeitos são afetados pela história, pela ideologia, pela cultura e pela própria língua. “A linguagem serve para comunicar e para não comunicar. As relações de linguagem são relações de sujeitos e de sentidos e seus efeitos são múltiplos e variados. Daí a definição de discurso: o discurso é efeito de sentidos entre interlocutores” (ORLANDI, 2009, p. 21).

Assim, a análise do discurso não se atém apenas na interpretação textual, naquilo que o texto diz ou mostra. Certamente, isso é importante para a análise, porém não é suficiente. É preciso que o analista descubra aquilo que está oculto no texto, que será descoberto através das “pistas” que as marcas textuais deixam. Estas pistas ou vestígios serão apreendidos pelo analista através das condições de produção do dizer, que apresentam-se em três níveis, segundo Pinto (2002): o contexto situacional imediato, o contexto institucional e o contexto sociocultural mais amplo em que se deu o evento comunicacional.

Para que nossa análise seja empreendida, é necessário descrever alguns dispositivos que orientarão tal análise. A partir dos conceitos propostos por Orlandi (2009) acerca do funcionamento do discurso, será traçado um recorte dos elementos para a realização de nossa análise discursiva das reportagens. Estes elementos integram as condições de produção, o interdiscurso, os esquecimentos, a paráfrase e a polissemia, as formações imaginárias, a formação discursiva, o sujeito e sua forma histórica, a ideologia e sujeito, e por fim, a incompletude.

3.1.1 As condições de produção

As condições de produção dizem respeito às circunstâncias da enunciação, ou seja, ao contexto imediato pelo qual ocorre o discurso, como também (num sentido mais amplo), ao contexto sócio-histórico, ideológico, cultural. Essas condições de produção concernem, segundo Orlandi, fundamentalmente às relações entre sujeitos e situação.

Assim, nos textos pelos quais iremos analisar, o primeiro aspecto a se levar em conta para a produção de sentidos é o contexto imediato, passando depois para os contextos mais amplos, como o sociocultural e o ideológico. No nosso caso, é importante compreender as circunstâncias do veículo de comunicação pelo qual estes textos foram publicados, bem como sua linha editorial, suas premissas, seu público etc., para depois adentrarmos à situação histórica e cultural dessa enunciação.

3.1.2 O interdiscurso

Relacionado às condições de produção, o interdiscurso é um importantíssimo conceito para a análise do discurso. O interdiscurso, que também pode ser entendido como memória

discursiva trata-se de sentidos e dizeres já-ditos, pré-construídos, que sempre retornam na forma de outros dizeres, afetando o modo como o sujeito significa em outras situações. Ou seja, sempre que alguém diz algo, aquilo que ele disse não foi construído propriamente por ele, porque por trás disso há todo um aparato imaginário que vai ter um efeito sobre o que dizemos. Nas palavras de Orlandi:

O interdiscurso é todo o conjunto de formulações feitas e já esquecidas que determinam o que dizemos. Para que minhas palavras tenham sentido é preciso que elas já façam sentido. E isto é o efeito do interdiscurso: é preciso que o que foi dito por um sujeito específico, em um momento particular se apague na memória para que, passando para o “anonimato”, possa fazer sentido em “minhas” palavras (ORLANDI, 2009, p. 33 e 34).

Nessa relação entre o já-dito e o que se está dizendo, que é a formulação de um novo dizer, outro conceito emerge – o intradiscurso. Este, por sua vez, define-se por aquilo que se está dizendo naquele exato momento, naquelas condições já dadas. Para a autora, “todo dizer, na realidade, se encontra na confluência dos dois eixos: o da memória (constituição) e o da atualidade (formulação). E é desse jogo que tiram seus sentidos” (ORLANDI, 2009, p. 33).

Na prática da leitura discursiva, aprendemos a “ler” aquilo que está oculto no texto, mas que pode se mostrar através das “pistas” em que se dão os dizeres. O interdiscurso é, assim, um conceito tão relevante, porque ele dá possibilidades para que através das relações com o já-dito e o que se está dizendo, descobriremos o não-dito, ou seja, as formulações já feitas, mas que estão esquecidas e vão construindo a memória discursiva.

3.1.3 Esquecimentos

Ao reconhecermos os esquecimentos como parte estruturante do interdiscurso, entendemos o quanto é ilusório achar que somos a origem do que dizemos, ou que somente nós mesmos conhecemos o que falamos, ou ainda que o que dizemos nunca poderia ser dito de outra maneira.

Segundo Orlandi, existem dois tipos de esquecimentos: o esquecimento número dois, ou esquecimento enunciativo; e o esquecimento número um, também chamado de esquecimento ideológico. O primeiro está ligado à enunciação, àquilo que dizemos de uma maneira, pensando que somente poderia ser dito daquela maneira, sendo que na realidade,

aquele dizer poderia ser dito de várias outras formas. Tal esquecimento, que dá impressão de realidade do pensamento produz no indivíduo, aquilo que Orlandi chama de “ilusão referencial”: um esquecimento parcial, semiconsciente, mas que se recorrermos a famílias parafrásticas, poderemos especificar melhor aquilo que queremos dizer, ou mesmo dizer de outra forma. Por isso, este esquecimento é apenas parcial.

Já o esquecimento ideológico é total e inconsciente, porque ele dá a ilusão de que aquilo que dizemos originou-se em nós, de que nossas palavras são únicas.

Quando nascemos os discursos já estão em processo e nós é que entramos nesse processo. Eles não se originam em nós. Isso não significa que não haja singularidade na maneira como a língua e a história nos afetam. Mas não somos o início delas. Elas se realizam em nós em sua materialidade. Essa é uma determinação necessária para que haja sentidos e sujeitos. Por isso é que dizemos que o esquecimento é estruturante (ORLANDI, 2009, p. 35 e 36).

O esquecimento é estruturante porque é ele quem faz com que a linguagem funcione para a produção de sentidos entre sujeitos. As palavras só se significam porque retomamos a palavras já existentes, mas que são ditas de outra forma e em outro contexto. E é aí que entram os conceitos de paráfrase e polissemia.

3.1.4 Paráfrase e polissemia

Segundo Greimas e Courtés (1997), no *Dicionário de Semiótica*, a paráfrase pode ser definida da seguinte maneira:

Paráfrase é uma operação metalingüística (*sic.*) que consiste em produzir, no interior de um mesmo discurso, uma unidade discursiva que seja semanticamente equivalente a uma outra unidade produzida anteriormente (...) não seria inútil distinguir dois tipos de paráfrase: a – substitutivas ou denotativas, que visam a equivalência direta com o enunciado parafraseado; b – oblíquas ou parcialmente conotativas, cujo conteúdo torna não ambíguo o enunciado primeiro, por referência ao contexto do enunciado ou à instância da enunciação” (GREIMAS e COURTÉS, 1979, p. 20).

No discurso, dois processos sempre existirão: os processos parafrásticos e processos polissêmicos. O primeiro assenta-se na noção de “mesmo”, naquilo que se mantém, o dizível, a memória – nessa unidade discursiva que se equivale a outra produzida anteriormente. Na polissemia, ocorre de modo contrário, porque ela trabalha com o diferente, com a ruptura dos

processos de significação. Orlandi (2009) explica que todo discurso é movido pela tensão destas duas forças – o mesmo e o diferente. “E é nesse jogo entre paráfrase e polissemia, entre o mesmo e o diferente, entre o já-dito e o a se dizer que os sujeitos e sentidos se movimentam, fazem seus percursos, (se) significam” (ORLANDI, 2009, p. 36).

Como apontam Greimas e Courtés, a paráfrase distingue-se em dois tipos. As substitutivas ou denotativas, que se equivalem diretamente com o enunciado parafraseado, sendo que isso é demonstrado propositalmente; e as oblíquas ou parcialmente conativas, em que os enunciados fazem referência a enunciados anteriores, mas não deixam isso muito claro, já que o contexto do enunciado e a própria instância da enunciação são diferentes.

Para Orlandi, o jogo que se estabelece entre paráfrase e polissemia pode ser diretamente vinculado aos conceitos de produtividade e criatividade, onde o primeiro representa um retorno constante ao dizível, portanto a paráfrase; e o segundo, pela ruptura, pela “criação” de sentidos, portanto, a polissemia.

Essa heterogeneidade enunciativa (BAKHTIN, 1970, apud PINTO, 2002) é que faz com que todo texto seja híbrido, heterogêneo, um “tecido de vozes”. Todo texto, neste sentido, pode ser visto como discurso, pois todo texto constrói um debate com outros textos (o que Bakhtin propôs através do *dialogismo*).

3.1.5 Formações imaginárias

As formações discursivas imaginárias caracterizam-se por três fatores: relações de sentidos, antecipação e relações de força. Todos os três completam-se e mutuam-se. A discussão acima mencionada acerca das condições de produção e do interdiscurso aponta exatamente para a noção de que os sentidos resultam de relações com outros dizeres que já foram ditos ou que ainda irão dizer. As relações de sentidos concernem a essa característica híbrida de todo discurso, onde não há nem início nem fim, mas sim um processo discursivo contínuo (ORLANDI, 2009).

A antecipação, outro mecanismo que compõe as “formações imaginárias” refere-se à capacidade que todo sujeito possui para antecipar-se a seu interlocutor no que concerne aos sentidos que as palavras daquele quer produzir. Tal processo regula a argumentação, fazendo com que um sujeito deduza o que o outro irá dizer, de acordo com os efeitos que um sujeito

quer que sua fala tenha sobre outro. “[...] esse mecanismo dirige o processo de argumentação visando seus efeitos sobre o interlocutor” (ORLANDI, 2009, p. 39).

Por fim, temos as relações de forças, que tratam do lugar de fala de um sujeito. Seu lugar de fala é que vai constituir o que este sujeito diz, não necessariamente o sujeito isolado. Por exemplo, a fala de um operário, de um professor significa de maneira diferente em relação àqueles pelos quais essa fala se dirige. “Como nossa sociedade é constituída por relações hierarquizadas, são relações de força, sustentadas no poder desses diferentes lugares, que se fazem valer na ‘comunicação’” (ORLANDI, 2009, p. 39 e 40).

A forma como é regido o discurso através da formação social inscrita na história constitui as formações imaginárias, compostas pelos três elementos explicitados acima. No funcionamento do discurso, as posições dos sujeitos e da linguagem nunca são vistas somente pelo viés empírico, pois o imaginário exerce força considerável na construção dos sentidos. É ele quem vai operar grande parte da carga da constituição da imagem em nossos dizeres.

3.1.6 Formação discursiva

Outro conceito muito importante para a Análise do Discurso é o da Formação Discursiva. Michel Foucault foi um dos principais teóricos a formular tal conceito, de modo que em suas proposições teóricas sobre a “microfísica do poder”, este autor pôde conceber a formação discursiva como aquilo que no discurso representa um certo número de enunciados dispersos, onde é possível encontrar certa regularidade que remete a um mesmo objeto. Esta regularidade que pode ser observada na escolha de enfoques temáticos, tipos de enunciação, objetos, conceitos etc., é que dá sustentação para uma formação discursiva (FOUCAULT, 2007). Foucault desenvolveu sua formulação baseando-se nas relações de poder-saber e na vontade de verdade, principalmente nos saberes tidos como verdadeiros no campo científico.

Diferentemente da definição de formação discursiva realizada por Foucault, Orlandi a define através do conceito inicialmente apresentado por Michel Pechêux: “a formação discursiva se define como aquilo que numa formação ideológica dada – ou seja, a partir de uma posição dada em uma conjuntura sócio-histórica dada – determina o que pode e deve ser dito” (ORLANDI, 2009, p. 43). Aqui, Orlandi baseia sua reflexão nos efeitos de sentido materializados pela ideologia, e na maneira como esta e a linguagem se articulam.

Embora as duas formulações tenham similaridades, o conceito de Foucault é mais utilizado atualmente, porque ele remete não só às formações ideológicas do discurso (principalmente do discurso político), mas também a todo e qualquer discurso onde emergem enunciados que obedecem a certos critérios de regularidade de aparecimento de um mesmo objeto. Estes critérios estão condicionados, segundo Moraes (2011) às condições sócio-históricas de onde surgiu este objeto; aos mecanismos formais e informais de delimitação do objeto; e aos sistemas empregados para a separação dos objetos entre si.

Ao compreender que as relações de poder não se apresentam somente na ordem de dominação e exploração pelo aparato ideológico do Estado, Foucault pôde vislumbrar as relações de poder em todas as instâncias e tipos de relações sociais e individuais, não estando limitado à coerção estatal.

Nos estudos acadêmicos de jornalismo, o conceito de formação discursiva vem sendo amplamente utilizado, por entender que este campo apresenta-se num diálogo permanentemente interdisciplinar com outros campos de conhecimento; e porque o próprio discurso jornalístico é construído por um conjunto de regras sócio-históricas e ideológicas que definem sua função enunciativa, como também, entende que “não existem sistemas homogêneos responsáveis pela geração coerente de regras de formação de conceitos” (MORAES, 2011, p. 48).

3.1.7 Ideologia e sujeito

O conceito de ideologia é bastante utilizado na análise do discurso, por entender que a linguagem é amplamente permeada pelo trabalho ideológico. Como aponta Orlandi, é a própria ideologia condição necessária para a constituição dos sujeitos e dos sentidos. A linguagem nunca é algo dado, transparente. Os sentidos são produzidos no momento em que os sujeitos os interpretam, e por isso mesmo, a interpretação depende de como a história intervém na língua, na ordem simbólica do mundo.

Assim, a interpretação é determinada pela memória institucionalizada (o arquivo) e pela memória constitutiva, que é o interdiscurso. A ideologia entra nesse momento em que se dá a interpretação. Ela nos dá a ilusão de que a linguagem é transparente, imutável. “O indivíduo é interpelado em sujeito pela ideologia para que se produza o dizer” (ORLANDI, 2009, p. 46). A ideologia dissimula seu próprio funcionamento – daí afirmarmos que ela é

inconsciente, dissimuladora, subliminar. Mas isto não significa dizer que a ideologia é uma ocultação, uma falsidade, mas sim, uma função necessária para a relação entre linguagem e mundo.

A ideologia, por sua vez, nesse modo de a conceber, não é vista como conjunto de representações, como visão de mundo ou como ocultação da realidade. Não há aliás (*sic.*) realidade sem ideologia. Enquanto prática significativa, a ideologia aparece como efeito da relação necessária do sujeito com a língua e a com história para que haja sentido. E como não há uma relação termo-a-termo entre linguagem/mundo/pensamento essa relação torna-se possível porque a ideologia intervém com seu modo de funcionamento imaginário (ORLANDI, 2009, p. 48).

Os sentidos, como foi possível visualizar, são permeados pela ideologia: aquilo que é dito e que passa para o anonimato, através do trabalho do interdiscurso e do esquecimento produz efeitos de sentidos, que por sua vez, inscrevem-se no tempo, na memória e nos dizeres.

3.1.8 Sujeito e Enunciação

Segundo Orlandi, a forma-sujeito histórica caracteriza-se por uma relação de liberdade e submissão. O sujeito vive num constante estado de assujeitamento, principalmente pela língua. Se na Idade Média, a forma-sujeito era subordinada pela crença na Letra (a fé, a religião), a forma-sujeito da modernidade é subordinada pelas Letras (o Estado, as leis), principalmente pela conseqüente ascensão da sociedade capitalista. Este assujeitamento apresenta o sujeito através de seus direitos e deveres, livre e responsável por seus atos, fazendo com que o discurso se mostre como um reflexo fiel da realidade.

Entretanto, ao tomarmos a ideologia, a memória e o interdiscurso – conceitos caros à análise do discurso – percebe-se claramente que a transparência da linguagem é um artifício criado para que a noção de literalidade se estabeleça, buscando dar a ilusão de que as palavras são o que são, independentemente do contexto onde elas estejam inseridas.

A questão do sujeito também pode ser visualizada através da perspectiva da enunciação. Nesta, os sujeitos são considerados não somente como sujeitos *de linguagem*, mas como envolvidos *na linguagem*, nas condições de enunciadores, enunciatários, emissores,

receptores, sujeitos autores empíricos, sujeitos da enunciação, sujeitos dos enunciados, sujeitos do discurso e do interdiscurso.

A enunciação é entendida, segundo Pinto (2002, p. 32) como “o ato de produção de um texto e se opõe a enunciado, que é o produto cultural produzido, o texto materialmente considerado”. Para o autor, existem três tipos de sujeitos: o sujeito do enunciado, o sujeito da enunciação e o sujeito falado. O sujeito do enunciado pode ser tanto o autor empírico (um indivíduo ou mais de um), que produziu fisicamente o enunciado. Mas o sujeito do enunciado também pode englobar o narrador, no caso de textos narrativos; e o emissor, no caso de textos orais em que existe um locutor.

O sujeito da enunciação, também denominado enunciador corresponde às posições discursivas que colocam em cena diversos enunciadores, ou apenas um mesmo. Segundo Pinto (2002), o sujeito da enunciação reivindica um lugar ou imagem enunciativa para si mesmo, para dar sentido ao texto que construiu, isto é, para que não seja confundido com os enunciadores com os quais ele identifica em seu texto. “Esta imagem ou lugar enunciativo que define o sujeito da enunciação ou enunciador inclui tanto a imagem que o emissor faz de si mesmo, quanto a imagem que faz do ‘mundo’ ou universo de discurso em jogo” (PINTO, 2002, p. 35).

Na complementação dos dois sujeitos citados acima, Pinto ainda distingue o conceito de sujeito falado, no que concerne ao consumo dos textos pelos receptores. Segundo o autor, no momento de consumação dos textos, os receptores podem se identificar com os personagens pelos quais o emissor se dirige, fazendo com que o receptor se torne um coemissor, já que ele se reconhece com os enunciadores atribuídos pelo emissor. Aqui também cabem conceitos como coenunciador (referindo-se ao coemissor), como também receptor ideal ou destinatário.

3.1.9 Incompletude

Quando dizemos que a linguagem é mutável e sequer transparente, adentramos à sua condição de incompletude. Embora se constitua pela falta e pelo movimento, a linguagem sempre estará passível de institucionalização, cristalização e estabilização, como bem nos aponta Orlandi. A análise do discurso trabalha exatamente essa articulação, entre aquilo que se movimenta, e aquilo que se estabiliza.

A importância de se recorrer à análise do discurso, nesse caso, reside no fato de que, ao deter-se em primeiro lugar sobre a “opacidade ideológica”, o analista de discurso consegue abordar os textos através de uma perspectiva que faz cair por terra, o entendimento de linguagem como algo irreduzível e fixo.

CAPÍTULO IV

*Por um jornalismo menos sensacional
e mais sensível*

4. Análise das reportagens

O próximo passo dessa pesquisa se deterá sobre as análises propriamente ditas. Para isso, nos apoiaremos no arcabouço teórico-metodológico desenvolvido mais acima, a fim de utilizá-lo como pressuposto teórico para a execução da análise, a partir da questão-problema:

Que estratégias e jogos discursivos a linguagem jornalística produz para construir seu discurso, levando-se em conta os poderosos dispositivos do afeto e da estética que lhe são atribuídos?

A primeira reportagem (*A suave subversão da velhice*, edição nº 188, de 24 de dezembro de 2001) buscará responder exatamente a essa questão. Num primeiro momento, atravessaremos a superfície linguística, que é a interpretação e compreensão textual, para depois passarmos ao objeto discursivo, formado pela transformação do texto em discurso. Nosso principal objetivo aqui é identificar estratégias e jogos discursivos que mobilizam recursos estético-poéticos, como as figuras de linguagem, por exemplo, para a produção de sentidos.

Na segunda reportagem (*À espera da estadista?* edição nº 788, de 29 de junho de 2013) buscaremos encontrar elementos sensacionais na linguagem jornalística, atravessando também a superfície linguística para passarmos ao objeto discursivo, onde a notícia é tomada como objeto de espetacularização e dramatização. Exageros estilísticos, abordagem do caráter singular da realidade, exploração e ridicularização de personagens da história, fragmentação e descontextualização dos fatos, uso de tom escandaloso e espalhafatoso, são alguns dos exemplos que compõem uma notícia sensacional.

Por fim, faremos uma articulação das análises das reportagens, visando alcançar o objetivo principal deste trabalho, que é realizar um contraponto entre aquilo que, de um lado denominamos de *jornalismo estetizado*, e de outro, *jornalismo sensacional* (ou sensacionalista).

4.1 Análise da reportagem nº 1: *A suave subversão da velhice*

A primeira reportagem da revista *Época* a ser analisada intitula-se *A suave subversão da velhice* (cf. anexo I), de autoria da jornalista Eliane Brum. Esta reportagem foi publicada inicialmente na revista impressa da edição nº 188, de 24 de dezembro de 2001. Em 2010, no dia 23 de abril, ela foi transposta para o formato digital de *Época*. Em 2008, quando Eliane Brum lançou o livro *O olho da rua*, esta foi uma das reportagens escolhidas para compor o livro e passou a denominar-se *A casa de velhos*.

Eliane Brum é uma jornalista já bastante conhecida e prestigiada em âmbito nacional, sendo também uma das mais premiadas (já recebeu cerca de 40 prêmios), e suas reportagens já foram objeto de estudo de vários trabalhos acadêmicos. Nascida em Ijuí, Rio Grande do Sul, começou a trabalhar em Porto Alegre no jornal *Zero Hora* em 1988 e por lá ficou até o ano de 2000. Depois disso, mudou-se para São Paulo para ser repórter especial da revista *Época*. Em 2009, deixou a redação da revista para assinar uma coluna semanal, mas ainda produz eventualmente reportagens para a revista.

A reportagem *A suave subversão da velhice* rendeu a Eliane Brum dois prêmios: em 2002 recebeu o prêmio Líbero Badaró de Jornalismo Impresso; e no mesmo ano, o prêmio Vladimir Herzog de Anistia e Direitos Humanos. Eliane tornou-se uma das jornalistas mais prestigiadas do Brasil, por sua forma inspiradora de contar histórias de vida. Diferentemente da imprensa tradicional, onde textos informativos habituais são marcados pela referencialidade e pela aspereza de linguagem, Eliane busca contar histórias do cotidiano de pessoas comuns, utilizando um amplo leque de recursos literários, marcados por figuras de linguagem e pela transversalidade poética. Sua percepção do Outro é muito singular. Eliane prioriza a observação de detalhes sutis, de gestos, de olhares. Ao mesmo tempo, como repórter e como pessoa, busca despir-se de seus preconceitos e julgamentos para poder, efetivamente, entrar em contato com a alteridade e tentar decifrá-la. Geralmente, suas reportagens são longas e densas, e procuram, em primeiro lugar, ouvir e contar histórias de vida que passam ao largo da imprensa tradicional. Por isso que em grande parte delas, as personagens são protagonistas da história.

4.1.1 A superfície textual

Em *A suave subversão da velhice*, Eliane Brum conta a história de idosos que vivem em um asilo denominado Casa São Luiz para a Velhice, no Rio de Janeiro, no bairro do Caju, mesmo bairro onde se encontra um dos cemitérios da cidade. Para realizar essa reportagem, a jornalista conta num *making of* publicado no livro *O olho da rua* e na revista digital (*Na minha mala de mão, um pedido de desculpas*, anexo II), que inicialmente percorreu vários asilos da cidade de São Paulo, mas não se interessou por nenhum deles. Passou por asilos pobres, chiques, mas não gostava dos eufemismos com que estes se autodenominavam, como por exemplo, “Casa de Repouso”, “Retiro dos Idosos”. Também não gosta das palavras “idoso”, “terceira idade”, “velhinho”. Para ela, se essas pessoas estão velhas (o que não é nenhum problema ou doença), então devem ser chamadas de velhas. “Descansar é tudo o que os velhos não querem”, explicita indignada, através da declaração de Vicente Amorim e outros entrevistados – “a palavra asilo tornou-se cruel demais para os tempos politicamente corretos. Inventaram a casa de repouso, eufemismo travestido de desvelo para abrigar velhinhos cansados da vida, quando é o mundo que se cansou deles” (BRUM, 2010).

Quando alguns colegas da sucursal de *Época* no Rio de Janeiro disseram à Eliane sobre um asilo que havia na capital carioca, ela prontamente se dispôs a viajar até o Rio para conhecer a casa. Logo, descobriu que era exatamente sobre aquele asilo, mas principalmente sobre aquelas pessoas, que ela queria contar uma história. Não só por causa do nome – Casa São Luiz para a Velhice – mas porque abrigava diversos tipos de pessoas, de diversas classes sociais. Hospedou-se no asilo, e conviveu com essas pessoas durante uma semana.

O texto da reportagem possui 67 parágrafos que estão divididos em cerca de treze páginas. Nele, a história de mais de vinte pessoas é contada, de forma resumida, é claro, mas Eliane permite que estas personagens falem muitas vezes por si só, utilizando para isso, trechos integrais das entrevistas, com o auxílio das aspas. A história das personagens é retratada de maneira não linear, e a composição da reportagem é caracterizada pelo discurso narrativo, em que estratégias comunicativas organizadoras do discurso são operadas por meio de recursos linguísticos e extralinguísticos. O texto encontra-se na terceira pessoa do singular, algo característico do texto informativo, sendo que a jornalista atua como sujeito do enunciado (narradora) e autora empírica (o indivíduo que produziu o enunciado fisicamente), ao mesmo tempo.

Vários sujeitos compõem o enunciado. Não só o sujeito da linguagem – a forma-sujeito histórica pela qual Eni P. Orlandi (2009) caracteriza no seu estado de liberdade e submissão, mas os sujeitos envolvidos *na* linguagem, na condição de enunciadore e enunciatários: autor empírico, emissor, enunciadore, enunciatário, sujeito do enunciado, sujeito da enunciação, sujeito do discurso e do interdiscurso. Essa lista de sujeitos comporta a ideia de que não é apenas o autor empírico, enunciadore ou sujeito do enunciado que compõem a narrativa. Outros sujeitos aparecem ajudando a conduzir e compor a narrativa, são eles: a revista *Época*, a Casa São Luiz para a Velhice, os idosos que residem no asilo (Sandra Carvalho, Paulo Serrado Filho, Rosa Bela Ohanian, Fermelinda Paes Campos, Guilherme Coelho, Maria Prado, Noêmia Atela, Rosa Pimentel, Robert Regard, Vicente Amorim, Gabriela Svozil, Adyr Galvão Bueno, Fernando Ferreira, Manoel Matias, Maria Socorro, Joaquim Cysneiros Vianna, Aurea, Maria José Ferreira, Laurentina de Jesus, Rossi Rodrigues, Dulcelina Maria Corrêa, Amália Bernardina Gomes, Maria de Lourdes Silva), a cidade do Rio de Janeiro, o bairro de Caju, o cemitério, a estátua do fundador da casa (o Visconde Ferreira D’Almeida), a biblioteca da casa.

Neste processo de leitura enunciativa, a jornalista Eliane Brum, a revista *Época* e as personagens da história aparecem na condição de sujeitos do enunciado (emissor e narrador), porque se tratam de narradores e autores empíricos, sendo que a jornalista atua como a narradora da história e também autora empírica, pois produziu o enunciado fisicamente, mas a revista *Época* também pode ser considerada autora empírica, porque em seu conjunto institucional-ideológico outros sujeitos, como por exemplo, os editores e a linha editorial da revista intervêm na apresentação do produto acabado.

As personagens da história, os idosos da Casa São Luiz para a Velhice entram também na condição de sujeitos do enunciado, porque eles ajudam a compor a narrativa através de suas ações e palavras no texto, com o auxílio do pronome “eu”. Vejamos um exemplo:

“Nem quis me despedir de minha casa”, conta Sandra Carvalho. “Só pedi a meu filho que me trouxesse a estante com os bibelôs, um sofá, a cadeira de braço, uma mesa e meus retratos. E, desde então, vivo com o que sobrou.” (BRUM, 2010).

Já como sujeito da enunciação aparece a jornalista Eliane Brum. Neste caso, ela apresenta-se como a enunciadora, pois inclui a imagem e o lugar enunciativo que faz da instituição e das pessoas pelas quais ela relata. Aqui, a jornalista como sujeito da enunciação

busca criar uma imagem ou uma visão de um fragmento da realidade para compor e dar sentidos ao universo de discurso que está em jogo ali. Já no primeiro parágrafo que compõe a abertura da reportagem, é possível perceber isso.

De repente eles chegaram lá, ao portão de ferro da Casa São Luiz para a Velhice. A vida inteira espremida numa mala de mão. Deixaram para trás a longa teia de delicadezas, as décadas todas de embate entre anseio e possibilidade. A família, os móveis, a vizinhança, as ranhuras das paredes, um copo na pia, o desenho do corpo no colchão. Reduzidos a um único tempo verbal, o pretérito, com suspeito presente e um futuro que ninguém quer (BRUM, 2010).

Ao passarmos da superfície enunciativa deste texto para uma leitura parafrástica, ou seja, daquilo que no texto apresenta-se como um retorno ao mesmo dizer, àquele dizível que se mantém, é possível notar dois aspectos. O primeiro consiste na relação do dizer e do não-dizer expostos no recorte da citação acima. Ao invés de iniciar seu texto com informações introdutórias ou específicas acerca da instituição asilar e das personagens pelas quais ela conheceu e entrevistou, a jornalista preferiu primeiramente, conceber seu olhar singular e subjetivo sobre a instituição e sobre as pessoas que ali vivem, mobilizando para isso, recursos literários e poéticos, como as figuras de linguagem. Esta singularidade de olhar apresentada logo na abertura da reportagem espreita ao mesmo tempo uma relação parafrástica e polissêmica, porque traz à baila processos de significação, onde o material simbólico encontra-se num constante ir e vir ao espaço do dizível (produtividade, paráfrase) e do a se dizer (criatividade, polissemia).

O segundo aspecto a ser explorado nessa questão consiste no tema da velhice na cultura contemporânea, que não é algo novo, como também não é nova a crítica às instituições sociais que buscam dar assistência (médica, educacional) àqueles indivíduos que não conseguem se manter, como os velhos, as crianças órfãs, os deficientes físicos ou os doentes mentais.

Na reportagem em análise, é possível perceber claramente a indignação da jornalista em relação a estas instituições que abrigam pessoas que não mais se encaixam nos moldes sociais estabelecidos. Mas sua indignação maior é em relação às pessoas (parentes, na maior parte dos casos) que “despejam” para longe deles esses “excluídos” da sociedade. Para ela, embora a Casa São Luiz para a Velhice seja referência no trato de seus abrigados, ela não

deixa de ser um asilo criado para “esconder” aqueles não mais capazes de se manter, não só financeira, mas principalmente fisicamente (alimentação, higiene etc.).

Melhor que a maioria, a instituição é limpa, decente e cheia de mimos. Igual a todas, é a última estação do trem, abrigo inventado para esconder os que não têm outro lugar, sobrevivem na brecha criada pelo avanço da medicina e pelas aflições da vida moderna (BRUM, 2010).

Se na sociedade do consumo, o corpo “belo” é sobrevalorizado, o discurso da velhice atualmente se detém principalmente neste aspecto. No discurso científico, estendido ao midiático a saúde, a beleza e a juvenildade corporais são atributos almeçados ao extremo, calcados num projeto para o alcance da felicidade, em que padrões estéticos devem ser obedecidos para que isso se concretize. Através do comportamento capitalista, além da publicidade, das imagens reproduzidas pela mídia, vemos mais e mais, como o corpo torna-se um objeto de consumo, uma mercadoria (mercadoria das aparências), em que qualquer indivíduo pode ter o corpo que quiser, a partir de procedimentos cirúrgicos, estéticos, *body bulding*, entre outros. Nesse ponto, são excluídas quaisquer possibilidades de se pensar o corpo a partir da riqueza das culturas locais, das raízes étnicas de cada indivíduo e principalmente do enfrentamento do inevitável envelhecimento do corpo. A fala de uma das internas da Casa São Luiz para a Velhice atesta muito bem o fato de que não há conformidade quanto à velhice. E mesmo quando a sociedade busca amenizar tal fase da vida, ao ouvimos frequentemente a expressão “a terceira idade é a melhor idade”, sabemos que são apenas artifícios e eufemismos criados para que as pessoas se conformem com as dificuldades de se enfrentar a velhice nestes tempos pós-modernos.

Mesmo quando flagrados pelas armadilhas do cérebro cansado, os moradores exibem uma objetividade de lâmina. “Eu não gosto de que me chamem de idosa. Sou velha mesmo!”, diz a funcionária pública Maria Prado. Aos 101 anos, ela dispensou autocomiseração e cinismo: “Onde você já viu velha bonita? Pode ser triste, conformada ou alegre. Alegre mesmo penso que não tem nenhuma. Há as conformadas e as menos conformadas. Mas bonita nenhuma”. (BRUM, 2010).

De fato, o “corpo perfeito” cobiçado pelos inúmeros procedimentos de que conhecemos é um produto ideológico fabricado pelo consumo, intermediado e propalado pelas mídias. Isto porque, os padrões de beleza corporal modificam-se ao longo do curso da

história e da cultura. Se na era primitiva o corpo era constituído como aparelho social, representativo da coletividade (como por exemplo, a tribo indígena Yawalapíti que através de eventos como ritos de passagem da puberdade, doença, iniciação xamanística, entre outros, materializava o corpo em processos e etapas, em que corpo e posição social eram um só), no atual período pós-moderno, o corpo torna-se instrumento do *self*, objeto personalizado do indivíduo, e até mesmo um modo de vida.

Diante disso, a questão do envelhecimento aparece – para essa sociedade onde a busca pela beleza corporal é levada ao extremo – como uma rejeição, um temor. Assim, não haveria lugar para essas pessoas que não se encaixam nos padrões de beleza exigidos pela sociedade atual. Mas pode ser que a questão não se resume apenas à beleza e juventude corporais.

A velhice é um estado de difícil aceitação. Não é apenas física – está, antes de tudo, na alma de cada um. Para algumas pessoas ela chega mais cedo, para outras mais tarde. Conformar-se e aceitar esse novo estágio da vida, em que a saúde não é mais a mesma, os passos já são mais lentos, o trabalho já não é mais possível e a aposentadoria é o único modo de sustento; ou ainda quando os entes queridos vão-se embora, e o idoso sente-se um peso para seus familiares – são questões que transportam o idoso para uma vida de solidão, principalmente se este idoso é retirado do convívio social, de seu círculo de amigos e de sua família. Um estado de solidão e rejeição se torna parte de cada um deles.

A travessia do portão de ferro se inicia com a lenda de que os velhos precisam descansar. “A mentira é também um estado de satisfação”, explica Vicente Amorim. Aos 97 anos, com credencial de pai de embaixador, o ex-ministro Celso Amorim, ele lê quase um livro por dia para dialogar com personagens que lhe trazem notícias, compartilham suas dores, lhe falam de prazeres perdidos. “No dia em que passei a procuração para minha filha, assinei a abdicação de minha personalidade. Primeiro, veio a euforia. Depois, caí em mim”, conta. “Não ia mais me preocupar com o banco, saber se minha conta estava no azul ou no vermelho. Nessa hora perdi a independência. E não perdi o juízo” (BRUM, 2010).

A extirpação dos velhos da sociedade quase beira a uma prática asséptica, no sentido de exterminá-los para que eles não nos lembrem do cruel destino a que todos seremos conduzidos. As instituições sociais agem em nome da bondade e da caridade ao acolherem pessoas que, para o Poder Público ou para os familiares do idoso, não possuem mais condições de viver socialmente. Sua liberdade de movimento é retirada, como também sua condição moral, tudo o que para ela representava naquele convívio social é obliterado.

Estudos sociológicos e filosóficos têm se ocupado bastante dessa problemática, demonstrando que o discurso apresentado pela reportagem de *Época* apresenta processos parafrásticos, na medida em que reproduz tais discursos vindos de outras áreas do conhecimento.

Mas, ao avançarmos para uma leitura polissêmica da reportagem, perceberemos que também existem processos de ruptura dos processos de significação, principalmente no que condiz à maneira como a narrativa é criada em relação ao modelo clássico de informação jornalística, e é aqui que será tecido nosso objeto discursivo.

4.1.2 O objeto discursivo

No modelo habitual da informação jornalística, priorizam-se as informações em primeiro plano, a subjetividade do jornalista é deixada de lado para que a informação se torne o mais objetiva possível. Documentos, fontes, testemunhas, especialistas, dados estatísticos – tudo o que for importante e interessante para que a reportagem consiga “explicar” um fato da realidade é utilizado. Mas as personagens também são importantes, só que nem sempre entram como protagonistas da história, pois isso depende da temática que a reportagem aborda.

Um texto jornalístico, de modo geral, caracteriza-se pela descrição e interpretação dos fatos da realidade, em que as informações mais importantes são colocadas no topo (técnica da pirâmide invertida), e as menos importantes nos parágrafos subsequentes. O modelo do *lead*, que responde às perguntas *o que, quem, quando, onde, como e por quê*, tornou-se recorrente e eficaz por conta da imediatividade e praticidade com que é exigida a apresentação de uma notícia. Além disso, este modelo é calcado no pressuposto da apresentação da notícia de forma objetiva, dinâmica e prática. No entanto, muitas críticas são tecidas a essa técnica, porque em muitos casos, ela oblitera a capacidade criativa que tem o jornalista para relatar um acontecimento, como também cria modelos estereotipados, fragmentários da realidade e padroniza o discurso jornalístico. A técnica da pirâmide invertida e do *lead* é aplicada, em grande parte das vezes em notícias factuais, principalmente no jornal diário.

A especificidade do gênero reportagem consiste principalmente na profundidade com que o acontecimento é relatado. Além disso, há uma maior liberdade na abordagem e no uso da linguagem pelo jornalista. Mas todos esses quesitos vão depender da capacidade própria do

jornalista e de sua liberdade editorial dentro da empresa jornalística. Alguns jornalistas se destacam mais que outros, justamente por essa capacidade técnica, ética e estética em visualizar a si mesmos e aos Outros por quem buscam retratar.

A reportagem de Eliane Brum inova ao dar voz a pessoas que não possuem nenhum tipo de visibilidade pública. Mas inova ainda mais em sua linguagem, ao mobilizar figuras de estilo comuns na linguagem literária, mas incomuns na linguagem jornalística.

O objetivo primordial da reportagem não é contar a história da instituição ou fazer um mapeamento dos asilos no Brasil. Aqui, parte-se do particular para o universal, onde o universo íntimo dos entrevistados é que compõe este “mundo de grandes solidões e pequenas delicadezas de uma casa de velhos” (subtítulo da reportagem). A reportagem caminha exatamente na escuta dessas pessoas apartadas de sua casa, de sua família, da sociedade mais ampla em que viviam. Embora alguns deles possuam autorização da instituição para ir à cidade, grande parte tem medo da vida frenética e veloz das cidades, principalmente de uma capital, como a do Rio de Janeiro.

“Lá fora”, é como batizaram o mundo que ficou, quando na verdade ficaram eles. Uma terra onde já estiveram e não mais estarão. Vieram, quase todos, sem escolha. Primeiro perderam o marido ou a esposa, depois era o lar que já não conseguiam administrar, em seguida o apartamento dos filhos que se tornava apertado, por fim o mundo inteiro transformava-se numa placa gigante de entrada proibida. Ficavam sem lugar. Restava a casa. (BRUM, 2010).

Permeado pela subjetividade da jornalista, o texto apoia-se primordialmente pelos sentidos perceptivos próprios da jornalista, ao contrário do discurso informativo tradicional apoiado pela mediação “racional” e “objetiva” dos eventos. Embora a informação jornalística esteja ali, entre um parágrafo e outro, o que vai prevalecer é essa percepção e interpretação singular do contato da jornalista com aqueles Outros com os quais ela conviveu.

“A vida inteira espremida numa mala de mão” é uma das inúmeras figuras de linguagem expostas no texto. Neste momento da análise, nos deteremos nesses recursos literários e poéticos que a repórter mobiliza para a construção de seu discurso.

As figuras de linguagem, figuras de estilo ou tropos são recursos que o emissor utiliza para tornar sua mensagem mais expressiva, mais rica poeticamente. Como se sabe, em sua grande parte, a linguagem jornalística utiliza principalmente o signo denotado para reportar os fatos da realidade, que corresponde a essa mediação “conceitual” ou referencial pela qual já

explicitamos em outro momento deste trabalho. Porém, o texto em análise foge totalmente dessa regra, e faz uso exaustivo de figuras de linguagem, principalmente da metáfora e da metonímia. José Luiz Fiorin (2008) nos fala que, tanto a metáfora quanto a metonímia são procedimentos que podem ser pensados através de sua dimensão discursiva, ou seja, que essas duas figuras de linguagem não correspondem apenas a uma palavra isolada no texto, mas que podem ser compreendidas como procedimentos de construção e organização do discurso através de sua sintagmática no texto. Para este autor, os principais mecanismos de conotação são a metáfora e a metonímia.

A metáfora é o acréscimo de um significado a outro, quando entre eles existe uma relação de semelhança, de intersecção. Essa relação indica que há traços comuns entre os dois significados. A metonímia é o acréscimo de um significado a outro, quando entre eles há uma relação de contigüidade (*sic.*), de coexistência, de interdependência (FIORIN, 2008, p. 71).

O recorte de alguns trechos da reportagem em análise realizado na tabela abaixo busca fazer uma classificação das principais figuras de linguagem, a fim de compreendê-las através da função que esses recursos linguísticos estabelecem para a construção dos sentidos no texto num âmbito maior, ou seja, numa dimensão discursiva.

Recorte dos trechos	Classificação das figuras de linguagem
a) “A vida inteira espremida numa mala de mão [...]”.	Metáfora/Hipérbole
b) “Deixaram para trás a longa teia de delicadezas, as décadas de embate entre anseio e possibilidade [...]”.	Metonímia
c) “Atropelados pelo bonde da modernidade em que a juventude é um valor em si, foram deixados na porta porque outros decidiram que o tempo deles acabou [...]”.	Metáfora
d) “Os netos cresceram nos retratos, os olhos dos filhos conquistaram novas nuances [...]”.	Metáfora
e) “Um armário para guardar 80 anos de vida [...]”.	Metáfora/Hipérbole

f) “A morte social chega antes da derradeira batida do coração [...]”.	Metáfora/Catacrese
g) “Nos últimos passos, a vida torna-se um filme em que se desejaria acrescentar personagens, eliminar cenas, avivar as cores da fotografia [...]”.	Metáfora
h) “Estende os braços, a Rosa, ciente de que ficará viva enquanto conseguir encaixar uma rima na outra, afinal não é assim mesmo, um verso triste num alegre, uma perda num ganho, um dia depois do outro?”	Hipérbato/Antítese
i) “Povoada por mais de 20 mil anos de vida, somado tudo, a casa respira, transpira, parece que se mexe [...]”.	Metonímia/Sinestesia

As figuras de linguagem possuem diversas classificações, podendo ser subdivididas em figuras de som, figuras de palavras, figuras de pensamento e figuras de construção. As figuras de linguagem mais utilizadas na língua portuguesa são a metáfora e a metonímia.

No trecho (a) “*A vida inteira espremida numa mala de mão [...]*”, é possível identificar o uso da metáfora, pois existe uma conotação na relação das palavras *vida inteira* e *mala de mão*, onde a vida inteira de idosos que vivem em asilos pode ser colocada numa só bagagem de mão, porque o espaço em que vivem não é mais o deles, e todas as coisas materiais e afetivas que acumularam ao longo do tempo, agora só podem caber numa mala de mão. Na Casa São Luiz para a Velhice, existem quartos individuais para aqueles que podem pagar, e quartos coletivos para aqueles que não podem. Neste caso, os objetos pelos quais ele podem levar consigo são ainda mais limitados. Ao trecho em análise, podemos ainda acrescentar o uso da figura de pensamento hipérbole – ao afirmar que uma vida inteira é espremida numa mala de mão, a autora do texto dotou à expressão um tom intencionalmente exagerado, objetivando dar maior expressividade à sua ideia.

Prosseguindo ao trecho (b) “*Deixaram para trás a longa teia de delicadezas, as décadas de embate entre anseio e possibilidade [...]*”, há o uso da metonímia nas duas orações. No primeiro caso, porque à palavra *teia* dotou-se o sentido figurado de *delicadezas*.

Aqui, estabelece-se uma associação ou acréscimo de um significado a outro, neste caso entre teia e delicadeza, sendo que *teia* significa o “conjunto de fios de seda segregados pelas aranhas e muitas vezes regularmente dispostos”, ou ainda “tecido de linho, algodão, cânhamo” (Dicionário do Aurélio, *online*). Assim, pode-se dizer que o significado de teia possui uma associação com a palavra *delicadeza*, já que esta significa “qualidade do que é delicado, fineza, gentileza, amabilidade”, mas também pode significar “debilidade, fraqueza, fragilidade”. Todos estes traços podem ser conferidos a uma teia de aranha, por exemplo, pois ao mesmo tempo em que é fina e delicada, também pode ser frágil e desfeita facilmente.

Na segunda oração, (b) “[...] *as décadas de embate entre anseio e possibilidade* [...]”, houve também o uso da metonímia, pois as palavras anseio e possibilidade apresentam uma relação de contiguidade e interdependência. *Anseio* significa “vontade”, “pretensão”; e *possibilidade* “qualidade do que é possível”, “algo que pode se concretizar”. Assim, as duas palavras mantêm uma relação de coexistência, na medida em que anseio anda do lado da possibilidade, havendo, assim, um embate entre os dois.

No trecho (c) “*Atropelados pelo bonde da modernidade em que a juventude é um valor em si, foram deixados na porta porque outros decidiram que o tempo deles acabou* [...]”, é possível identificar o uso da metáfora, pois por trás da figuração de “atropelados pelo bonde da modernidade” há uma comparação implícita com “a juventude que possui um valor em si”. Com a chegada da modernidade (em que o bonde como transporte coletivo representou esse início de novos tempos), a juventude, o viço, a saúde, a boa aparência são quesitos valorizados ao extremo, fazendo com que a velhice fosse relegada, banida da sociedade, e os velhos, pessoas desprezíveis, devendo ser colocadas num lugar onde ninguém possa mais vê-los, ou seja, na instituição asilar.

No trecho (d) “*Os netos cresceram nos retratos, os olhos dos filhos conquistaram novas nuances* [...]”, percebemos novamente o uso da metáfora. Na primeira oração: “os netos cresceram nos retratos”, há um caráter bastante subjetivo nesta mensagem porque não há nenhuma relação aparente entre os significados das palavras “netos”, “cresceram” e “retratos”, mas foi possível compreender que os idosos não puderam ver seus netos crescerem pessoalmente, mas somente através das fotografias que recebiam deles, ou seja, o sentido estabelecido aqui, só pôde ser visualizado pelo todo do texto. A metáfora, neste caso, constituiu-se pela associação nada objetiva feita entre “netos”, “cresceram” e “retratos”.

Na segunda oração: “[...] os olhos dos filhos conquistaram novas nuances”, há uma relação de similaridade entre “olhos” e “nuances”, pois aos olhos (órgão da visão) foi colocada a qualidade de “nuances” (característica levemente distintiva; detalhe sutil; alteração de cor, tonalidade).

No caso do trecho (e) *“Um armário para guardar 80 anos de vida [...]”*, ocorre o mesmo processo explicitado no trecho (a). Há o uso da metáfora por causa da interseção que se estabelece entre “um armário para guardar” e “80 anos de vida”, sendo que existe apenas um armário para que os idosos possam colocar tudo o que acumularam nos 80 anos de suas vidas. Há também o emprego da hipérbole, pois não é possível guardar em apenas um armário 80 anos de vida.

No trecho (f) *“A morte social chega antes da derradeira batida do coração [...]”* é possível observar o uso, ao mesmo tempo da metáfora e da catacrese, sendo que esta é considerada também um tipo de metáfora. Ao mencionar “morte social”, a autora utilizou a cessação definitiva da vida como uma forma de cessação total da vida em sociedade. É muito comum visualizarmos a figuração da palavra “morte”, caso em que se pode estabelecer a catacrese, isto é, um tipo de metáfora, que por causa de seu uso contínuo cristalizou-se na língua corrente. Embora a catacrese costume ocorrer quando existe falta de um termo específico para designar um conceito, a palavra “morte” comporta não só cessação da existência, como também extinção de outros elementos.

No trecho (g) *“Nos últimos passos, a vida torna-se um filme em que se desejaria acrescentar personagens, eliminar cenas, avivar as cores da fotografia [...]”*, é possível visualizar processos metafóricos na medida em que a relação que se estabelece entre a palavra “vida” e “filme” é empreendida. Aqui, existem traços comuns no sentido das duas palavras, pois a “vida”, como o período existente entre o espaço compreendido entre o nascimento e a morte é frequentemente expressada por produções culturais que buscam retratá-la. O filme, como uma sequência de cenas que buscam contar uma história, tem como bases histórias de vida, em que se acrescenta o uso de personagens, cores, sons, enredos, imagens etc.

No trecho (h) *“Estende os braços, a Rosa, ciente de que ficará viva enquanto conseguir encaixar uma rima na outra, afinal não é assim mesmo, um verso triste num alegre, uma perda num ganho, um dia depois do outro?”*, há o uso do hipérbato e da antítese. Do hipérbato (denominado também de inversão ou anástrofe) porque houve uma inversão na ordem direta da oração. Ao invés de colocar “A Rosa estende os braços”, o emissor preferiu

alterar a estrutura frásica, dizendo “Estende os braços, a Rosa [...]”. Aqui também houve o emprego da antítese, pois foram utilizadas palavras que são próximas, mas que contrastam entre si: “[...] um verso **triste** num **alegre**, uma **perda** num **ganho**, um dia depois do outro?”. Triste e alegre; perda e ganho são elementos que possibilitaram enfatizar a frase num todo, pois se estivessem isolados na frase ou no texto não teriam o impacto que tiveram para a expressividade textual.

No último trecho (i) “*Povoada por mais de 20 mil anos de vida, somado tudo, a casa respira, transpira, parece que se mexe [...]*”, podemos observar o uso de duas figuras de linguagem, a metonímia e a sinestesia. No primeiro caso, a metonímia ocorre por causa da expressão “povoada por mais de 20 mil anos de vida”, em que houve o emprego de um termo no lugar de outro, ou o acréscimo de um significado a outro. Ao invés de dizer que na instituição asilar já passaram pessoas que, somadas as idades, resultariam em mais de 20 mil anos de vida, o emissor preferiu apoiar-se na conotação, reduzindo, assim sua ideia. Neste caso, como explana Fiorin (2008), a metonímia apresenta um fundo metafórico (e vice-versa), pois ao apresentar uma relação de sentido em que traços coexistem, estes só vão coexistir porque houve uma interseção construída entre eles.

A segunda figura de palavra identificada no trecho (i) corresponde à sinestesia, que é o ato de interpenetrar sensações percebidas pelos órgãos do sentido numa mesma expressão: “a casa respira, transpira, parece que se mexe”. Aqui, “respira”, “transpira”, “parece que se mexe” reúne percepções dos sentidos do olfato, do tato e da visão, respectivamente, amplificando ainda mais os sentidos conduzidos na narrativa.

Finalizaremos a análise do objeto discursivo de *A suave subversão da velhice* até este ponto, para que no item 4.3 *O contraponto das análises*, possamos estabelecer as articulações necessárias entre as análises das duas reportagens – momento em que as interpretações acerca dos objetos empíricos observados serão interligados ao objeto teórico, possibilitando assim a construção de uma relação dual, em que o ponto de chegada retorna ao ponto de partida e os dados se integram.

Destarte, entendemos que a reportagem ora analisada permanece para novas e novas abordagens, não se esgotando apenas nesta reflexão. Por se tratar de um texto rico em sua narratividade, poderia muito bem ser analisado pela perspectiva da análise da narrativa, buscando compreender como ocorre o entrecruzamento ficcional e realista na construção da narrativa jornalística. Além disso, pela temática que aborda, a reportagem também poderia

servir a diversos outros propósitos que não compreendem apenas o viés jornalístico, podendo, ainda ser trabalhada em outras áreas do conhecimento, como por exemplo, a sociologia, no que concerne ao tema da velhice na sociedade contemporânea ou às divisões de classe que existem num pequeno ambiente institucional.

4.2 Análise da reportagem n° 2: *À espera da estadista?*

Nosso próximo passo consiste em analisar uma reportagem de cunho sensacional, buscando encontrar elementos que tornam a notícia objeto de espetacularização e dramatização. A análise da reportagem de capa da revista *Época*, *À espera da estadista?* (edição n° 788, de 29 de junho de 2013; cf. anexo III), empreende objetivos com vieses diversos ao da análise da primeira reportagem, pois aqui busca-se encontrar elementos que fazem com que a notícia possua um tom sensacional, o que num primeiro momento de análise já foi identificado.

Numa primeira leitura, ainda superficial, elementos sensacionais já foram identificados, principalmente por conta do caráter imparcial e exagerado com que foi tratado o tema da reportagem. Vários assuntos são abordados no texto, mas o principal deles trata acerca da personalidade “rude” da presidente Dilma Rousseff e como isso estava atrapalhando para amenizar a pior crise com que seu governo havia se deparado. Sete repórteres foram convocados para realizar a reportagem que seria a mais importante da semana, já que é objeto de capa – quatro repórteres de Brasília (Leandro Loyola, Marcelo Rocha, Murilo Ramos e Flávia Tavares) e três de São Paulo (Felipe Patury, José Fucs e Alberto Bombig).

As condições de produção da reportagem *À espera da estadista?* aparecem num momento político, social e histórico bastante particulares e peculiares para o Brasil. O mês de junho caracterizou o início de uma onda de manifestações e protestos em todas as partes do país, em que cidadãos foram para as ruas reivindicar melhorias para a vida da população. A ordem das coisas estava interrompida, e neste momento um estado caótico tomou conta de grande parte das capitais brasileiras. O estopim se deu por causa do anúncio de vários governos estaduais em aumentar a tarifa cobrada na passagem do transporte público urbano, estendendo-se, a partir daí, para protestos contra os mais diversos tipos de problemas sociais. Manaus, Natal, Fortaleza, Goiânia, Salvador, Recife, Belo Horizonte, Porto Alegre, São Paulo, Rio de Janeiro, Teresina, Maceió, além de outras cidades interioranas foram palco de

tais manifestações, que tiveram ampla cobertura dos meios midiáticos, com imagens ao vivo diretamente dos locais dos acontecimentos. Nada passara despercebido, já que não eram apenas jornalistas que reportavam os fatos, pois pessoas comuns, com o auxílio de câmeras, celulares com câmeras etc., também filmavam os acontecimentos.

O episódio também ficou marcado pelos casos de vandalismo por parte de manifestantes, as agressões contra policiais militares, a severa repressão policial contra civis e jornalistas que trabalhavam nos locais dos acontecimentos, e principalmente pelo fato de as manifestações terem sido inicialmente convocadas, acompanhadas e repercutidas pelas redes sociais, e em especial, o *Facebook*. As manifestações de junho de 2013 são consideradas as mais importantes destes últimos anos de democracia brasileira, desde os protestos para a derrubada do então presidente Fernando Collor em 1992.

Neste sentido, diante da magnitude do acontecimento, os meios jornalísticos agora se deparavam com um grande e complexo desafio para cobrir, interpretar, explicar e se posicionar diante daquele fenômeno que abalava o país e toda estrutura governamental (municipal, estadual e federal). Jornais diários, sites jornalísticos, telejornais, revistas de informação, entre outros tentavam entender e explicar ao seu público o que desembocou o início da onda de protestos naquele momento particular, como o governo brasileiro estava agindo para amenizar a crise, qual era o papel das redes sociais em todo este processo, além das questões de vandalismo e repressão policial.

A reportagem de capa da revista *Época* do final do mês de junho busca exatamente avaliar que atitudes o governo Dilma estava tomando para sair da crise e atender às reivindicações que vinham das ruas. O propósito da pauta da revista pode ser considerado até importante, já que os meios jornalísticos encontravam-se “perdidos” sobre que posição tomar em meio à avalanche de manifestações do mês de junho, que continuaram com menor intensidade nos meses posteriores. Mas a revista pecou nos quesitos “isenção” e “independência” jornalísticas ao tomar a personalidade da presidente Dilma Rousseff como fio condutor da reportagem, e principalmente como forma de afirmação da piora da crise.

Começemos pela leitura interdiscursiva da capa:



Podemos observar que, como toda capa de revista, a capa daquela semana de *Época* busca chamar atenção do público para ser lida, utilizando diversas técnicas de diagramação e tratamento de imagens. Neste caso, a revista *Época* utilizou recursos imagéticos criativos, criando um jogo midiático em que toda culpa para o agravamento da crise recai sobre uma só pessoa. A posição enunciativa da revista demonstra um certo desprezo pela conduta do governo federal, mas esse desprezo é apresentado pela intransigência de uma só pessoa, a presidente do país.

A fotografia oficial de Dilma Rousseff produzida no modo retrato é apresentada como um espectro – aparece apenas o formato de seu corpo atravessado pela faixa presidencial. Atrás dela estão as colunas do prédio do Palácio da Alvorada, e do lado direito de sua foto, sobreposto ao seu braço e disposto em duas linhas com tipos grandes e em negrito está o título: “CADÊ A ESTADISTA?”. O subtítulo, sobreposto em letras menores e na cor preta está logo abaixo do título, “O povo toma as ruas, a economia desanda, os políticos batem cabeça – e o governo muda de assunto...”. Além disso, os destaques menos importantes estão inscritos numa faixa preta, acima da foto da presidente.

O título, colocado na forma de pergunta retórica dirigida ao destinatário-leitor reforça a posição enunciativa da revista na afirmação de que as atitudes da presidente não são de uma

verdadeira estadista. A explicação para tal afirmação vem logo em seguida, no subtítulo e é profundamente defendida no corpo da reportagem.

O contexto político com que se encontra esta capa caracteriza uma insatisfação, por parte da enunciação da revista, com o posicionamento estatal que a presidente “não” estava tomando, pois uma estadista é aquela pessoa que possui a arte de governar, que tem grande habilidade e discernimento no que concerne às questões políticas e à administração do Estado (DICIONÁRIO DO AURÉLIO). A escolha por aquela fotografia de Dilma Rousseff certamente tem a ver com o fato de ela ser a fotografia oficial da presidente, estar afixada em prédios e salas de administração federal e representar a imagem da estadista que o Brasil havia escolhido para representá-lo.

A construção da capa de *Época* deste final de mês de junho produziu uma simultaneidade de efeitos entre a capa, o título, o subtítulo e a fotografia, como também da reportagem. Esta estratégia textual provoca uma curiosidade no leitor, levando-o a se interessar pelo corpo da matéria. Embora este recurso seja utilizado em todos os jornais para que sejam lidos, a estratégia de *Época* gerou um efeito de sentido sensacional, algo que será corroborado por toda parte textual da reportagem.

A predominância do exagero estilístico e da intensificação dos fatos, como assegurado por Pedroso (2001), o tom irônico, a ridicularização das personagens (neste caso, da presidente), além do tratamento da notícia construída com base na emocionalidade dos fatos, dos protagonistas e das circunstâncias nos fazem acreditar que a revista, através do conjunto capa-manchete-foto-reportagem, incorporou a postura de alguém que tinha o objetivo de punir, como bem explicita Angrimani (1995).

Mas tais conclusões ainda serão mais bem elaboradas a partir da análise da parte textual da reportagem. Como a presidente Dilma Rousseff aparece como um espectro na capa da revista, a parte textual da reportagem busca preenchê-la, apresentando de fato, sua fotografia oficial.

**PRESSIONADA**

O estilo de governo e a personalidade de Dilma a afastaram do Congresso, das ruas e até do próprio PT. Sua reeleição está em risco? (Foto: Roberto Stuckert Filho/PR)

Tanto na reportagem como na capa, é possível perceber claramente a posição de discordância da revista com as atitudes do Poder Executivo. A própria legenda da fotografia da presidente atesta para esse fato, dando abertura à sustentação de outro tema abordado na reportagem: a reeleição de Dilma. A última frase da legenda merece maior atenção (“Sua reeleição está em risco?”), pois parece insinuar que a atual presidente não vencerá as eleições presidenciais de 2014, porque suas atitudes diante da crise dos protestos não conferem a ela tal merecimento. A influência do enunciador midiático sobre o público a quase um ano antes do início das eleições demonstra essa estratégia que os meios midiáticos utilizam para anteciper uma derrota ou um sucesso eleitoral.

Diante do exposto, nosso recorte analítico consiste primordialmente em encontrar os elementos sensacionais de que já explicitamos. Tais elementos podem ser observados na medida em que as primeiras páginas da reportagem são analisadas. Vejamos pela citação:

A personalidade de Dilma – a caminho de completar seu terceiro ano de mandato, com dez de Brasília nas costas e metida na mais grave crise política brasileira desde o mensalão – tornou-se um problema para o país. Não apenas por causa dos abundantes episódios de rispidez com políticos e subordinados – mas, sobretudo, porque esses episódios revelam uma presidente inflexível, aparentemente incapaz de se curvar ao erro, mesmo quando confrontada com as vozes das ruas, que agora chegam a poucos

metros do Planalto. Revelam uma tecnocrata obstinada, não uma estadista consciente de que, para liderar o país num momento de crise, é preciso genuinamente buscar o diálogo não apenas com a população, mas também com todas as forças políticas que compõem a democracia brasileira. Se o Brasil estivesse no rumo certo, as inquebrantáveis convicções de Dilma – nas opções de política econômica, na centralização obsessiva da gestão do governo, no desprezo pelos políticos – poderiam ser consideradas corretas. Mas o Brasil está no rumo certo? Não há maquiagem na propaganda oficial que consiga camuflar os problemas no governo, apesar de os gastos com esse quesito estarem em alta no Planalto (de acordo com o jornal *Folha de S.Paulo*, as despesas com o visual da presidente subiram 681% desde dezembro de 2012 e somam R\$ 3.125 a cada aparição de TV em cadeia nacional) (LOYOLA et. al., 2013).

Nos primeiros parágrafos da abertura da reportagem já é possível detectar uma construção narrativa baseada na emocionalidade dos fatos e principalmente, na ridicularização e demonização da personagem³⁴. Algumas adjetivações referidas à presidente demonstram os efeitos de sentidos sensacionais produzidos pela reportagem: “desprezo pelos sindicalistas”; “grosseria, constrangimento e rispidez”; “tecnocrata obstinada”; “inflexível”; “incapaz de se curvar ao erro”, “bruxarias heterodoxas adotadas nos dois primeiros anos de sua gestão”, entre outros.

Os parágrafos iniciais da reportagem discutem o tratamento de Dilma para com os principais sindicalistas do país, convidados por ela para fazer uma reunião para debater acerca das reivindicações dos protestos das ruas, e principalmente sobre a reforma política. Nos parágrafos subsequentes, o texto apresenta uma pesquisa sobre a aprovação do governo Dilma e, logo após, o tema se concentra nas propostas do governo sobre a reforma política, a convocação da Constituinte, que depois passou a ser plebiscito, e ainda as negociações do governo com governadores, parlamentares etc., para se chegar a um acordo sobre este assunto.

Entre uma informação e outra, é possível identificar um texto permeado por avaliações opinativas e subjetivas dos enunciadorees acerca dos rumos da política brasileira. Diversos pontos são mencionados, começando pelos protestos do mês de junho, a inflação, o “pibinho”, a queda de crescimento da economia brasileira, a falta de representatividade da presidente, a queixa de políticos pela falta de interlocução com o Planalto, as reivindicações de ruralistas e ambientalistas sobre o novo Código Florestal, entre outros. Segundo os repórteres, todos estes

³⁴ Em nenhum momento de nossa análise, o intuito foi defender a personagem retratada pela reportagem. Nosso foco está muito mais voltado para os princípios jornalísticos de tratamento da notícia, do que para valorações morais concernentes ao conteúdo da reportagem.

pontos justificam a queda da aprovação de Dilma por parte dos brasileiros e sua iminente derrota nas eleições de 2014. Além disso, a própria revista encomenda uma pesquisa do IBGE para fazer um levantamento acerca da evolução de grupos de despesas que mais impactaram a saúde financeira dos brasileiros entre maio de 2003 e maio de 2013 e como isso foi influenciador para que parte dos brasileiros fosse às ruas.

Um cenário precipitadamente apocalíptico é apresentado pelos enunciadores, revelando uma falta de responsabilidade jornalística, no que concerne à busca pela “verdade” dos fatos, pois a pretensão da revista é antever o futuro e influenciar o leitor para que pense da mesma forma que o enunciador.

Muitas características do discurso sensacionalista podem ser identificadas no texto. Embora o público-alvo de *Época* seja a classe média, e a revista considerada modelo informativo de referência, ao contrário dos jornais ditos populares, que possuem maior tendência para a prática sensacionalista – é possível perceber que a reportagem em análise carrega um exagero estilístico de suas expressões, imagens e narrativas para reforçar as situações citadas acima e estimular um apelo à sensorialidade. Tais aspectos podem ser observados principalmente nos primeiros cinco parágrafos da reportagem, onde a personalidade de Dilma Rousseff é descrita. Ao mesmo tempo em que aspectos sensacionais são identificados pela linguagem, o sensacionalismo também pode ser observado como estratégia mercadológica da revista, que, ao priorizar aspectos singulares do cenário político, apresenta um discurso apelativo e enfático, caracterizado por um caráter opinativo e avaliador.

O jornalismo praticado em revistas possui algumas características que o difere dos jornais diários. Além dos aspectos visuais, da diagramação, do tratamento de imagens etc., eles também, dependendo da periodicidade, possuem mais tempo para formular o produto final. Assim, uma das grandes marcas do jornalismo de revistas informativas, é a capacidade para tratar a notícia de maneira mais aprofundada, analítica, com variadas angulações, além da maior liberdade que os jornalistas têm para a construção de seus textos, que muitas vezes, por terem um caráter interpretativo, são também bastante opinativos.

Muitas características do jornalismo de revistas ainda poderiam ser aqui mencionadas, mas, como dissemos em outro momento deste trabalho, embora este tipo de jornalismo tenha suas especificidades, os princípios e procedimentos fundamentais do jornalismo como um todo são levados em conta em qualquer plataforma onde há a prática jornalística.

A cobertura de notícias acerca de assuntos que envolvem a política é um dos grandes desafios do jornalismo que pretenda ser independente e isento. Neste sentido, a questão não é ser neutro ou imparcial quanto aos fatos e acontecimentos do mundo real, mas sim “tentar” manter certo distanciamento e independência em relação à sua cobertura. A reportagem em análise pecou muito pela falta de isenção. Mesmo que ressalvas sejam feitas, principalmente no que concerne à liberdade do jornalista em criar sua própria narrativa acerca do acontecimento; e, embora a reportagem do jornalismo de revistas tenha esse caráter interpretativo, e conseqüentemente opinativo, *À espera da estadista?* não soube ponderar e manter certo equilíbrio sobre o tratamento da notícia e sua construção.

Pode-se perceber uma série de prejulgamentos e versões precipitadas sobre a política brasileira e sobre as eleições de 2014, principalmente quando afirma que a reeleição de Dilma está em risco – fato este que perpassa por mudanças, já que as pesquisas atuais mostram uma gradual recuperação da aprovação da presidente e suas grandes chances de ser reeleita. O fato é que o conjunto das empresas que formam o conglomerado *Globo* sempre foi oposto ao governo petista, e isso certamente corresponde a uma posição editorial da revista *Época*, o que nos leva a acreditar que *À espera da estadista?* tenha sido uma reportagem encomendada, “editorializada”³⁵.

Além disso, a própria construção argumentativa da reportagem reforça a ideia de que o país é governado apenas pelo Poder Executivo, esquecendo-se, assim, das outras instâncias de poder. Ao eleger um vilão (a presidente) como causa de todas as desgraças e infortúnios da vida social e política brasileira, a enunciação da revista apoiou-se numa visão melodramática de mundo, onde as situações complexas da vida são explicadas por uma pedagogia do certo e do errado, e na escolha de um mocinho e de um vilão. A oposição entre as forças do Bem e do Mal é a principal matriz do melodrama, sendo que o Bem sempre será superior e vencerá. É essa pedagogia moralizante que caracteriza grande parte do imaginário moderno.

³⁵ O mesmo cenário apocalíptico pode ser visualizado em outra capa da revista *Época*, veiculada na edição de 22 de fevereiro de 2013, intitulada *O eclipse do Brasil: a festa acabou. A economia empacou. O investidor fugiu. E agora?* A reportagem recebeu inúmeras críticas dos observatórios de mídia pelo fato de a mesma apresentar argumentos precipitados quanto aos rumos da economia brasileira. Pouco tempo após a publicação da reportagem, índices divulgados por institutos de pesquisa confirmaram o contrário das proposições da reportagem, mostrando um cenário mais animador para a economia brasileira no ano de 2013, principalmente nos quesitos inflação, emprego, atividades da indústria, investimentos etc.

4.3 O contraponto das análises

As duas reportagens analisadas possuem distinções, que vão desde o assunto retratado, o estilo de construção textual até a época da publicação. Porém, estão publicadas num mesmo veículo, e são exemplos fundamentais para que possamos realizar o contraponto pretendido pelo quadro teórico de referência. Na primeira reportagem, intitulada *A suave subversão da velhice* enfocamos, num primeiro plano, as peculiaridades da jornalista autora da reportagem para depois passarmos para a análise do texto. Isto foi importante, porque Eliane Brum já é uma jornalista bastante conhecida e prestigiada nacionalmente, e suas reportagens possuem sua “marca registrada”, não podendo deixar de ser analisadas, sem levar em conta as idiossincrasias de quem a escreveu.

Já na segunda reportagem, intitulada *À espera da estadista?*, (matéria da capa da revista), optamos por analisar o texto diretamente, pois, por se tratar de um texto construído por uma equipe, ficaria muito difícil contextualizá-lo pelas características de cada repórter. Assim, iniciamos uma análise discursiva da capa, e depois priorizamos a análise dos cinco primeiros parágrafos da reportagem, pois era aquela parte que mais interessava aos nossos propósitos.

Na primeira reportagem, pudemos observar que os efeitos de sentidos produzidos pelo uso das figuras de linguagem possibilitaram mobilizar uma transversalidade estética e poética na informação jornalística. Ao apoiar-se em tais recursos típicos da literatura, a jornalista pôde não só dar maior expressividade ao seu texto, como também dar à palavra e ao discurso uma forma mais sensível e reflexiva de se enxergar aquele fato da realidade, além de demonstrar que a construção da reportagem realizada através da imersão gera um olhar presenciado e muito mais denso e profundo do que se tivesse feita sem tal imersão. Esta visão de mundo ancorada pelo olhar presenciado, imerso, primeiramente expressado pelo modo singular de a jornalista entrar em contato com os Outros, mostra-se como o primeiro passo para que a criatividade no uso da linguagem seja instituída. Afinal, não é possível inovar na linguagem, sem que antes de tudo, aquele que a utiliza não inove e renove a si mesmo. Neste caso, ocorre um movimento de causa e efeito, ação e reação, pois é com o uso de nossa sensibilidade e percepção estéticas que podemos materializar essa mesma sensibilidade em nossos textos.

A forma como a reportagem da revista *Época* foi recepcionada e transformada em experiência estética vai depender muito da posição social, individual e psicológica de cada destinatário-leitor, sendo impossível medi-la, a não ser (em parte) pelos comentários e respostas recebidos pela revista. Mas a repercussão que este texto gerou na comunidade jornalística, principalmente por conta de seu reconhecimento através das premiações que recebeu leva-nos a pensar que a sensibilidade da jornalista e junto com ela, o conhecimento intuitivo mediado pelos sentidos colocados em primeiro plano, possibilitaram um exponencial enriquecimento do fazer jornalístico na reportagem de interesse humano.

Como se sabe, no plano linguístico, o jornalismo diferencia-se de outros campos, como a literatura, por exemplo, por apresentar objetivos comunicacionais diferentes. Enquanto a linguagem literária, como explicita Santos (2008), se encontra nas instâncias do poético, transcendendo a objetividade, e não se limita à temporalidade, propiciando, assim, uma infinidade de sentidos, a linguagem da comunicação de massa não deixa espaço para a profundidade, e seus objetivos encontram-se na ordem mercadológica, visando o consumo imediato. Mas os atributos que revestem a linguagem jornalística perpassam por mutações, na medida em que modalidades discursivas vão sendo constituídas através de linguagens plurissígnicas, que chegam a variadas plataformas, podendo facilmente ser visualizadas pelos múltiplos suportes e situações com os quais se apresentam. Deste modo, a linguagem jornalística não escapa a essa hibridização discursiva, demonstrando que o atravessamento da estética na linguagem abre horizontes até então inimagináveis para a problematização do real e para a autorreflexividade.

Assim, nas tramas discursivas do jornalismo, as estratégias sensíveis entram em jogo para dar visibilidade ao outro sujeito que compõe a cadeia discursiva, insurgindo a possibilidade de visualizarmos as condições de existência de um *jornalismo estetizado*, para além do jornalismo sensacional ou de referência, em que jornal e jornalismo assumem um papel de tornar comum uma série de sensações e sentimentos traduzidos pela percepção própria do jornalista ao entrar em contato e decifrar o Outro pelo qual ele se depara.

Ao passarmos para o caso da segunda reportagem, pudemos perceber que os efeitos de sentidos produzidos pela simultaneidade da capa-manchete-foto-reportagem mostraram que, propositalmente ou não, os enunciadores ocasionaram ao texto um tom sensacional, fazendo com que aquilo que observamos no primeiro capítulo seja confirmado: as narrativas sensacionais estão arraigadas no próprio modo atual de produção de notícias, não importando

qual tipo de veículo de comunicação seja produzida esta notícia. Se há poucos anos, as pesquisas sobre sensacionalismo na imprensa estavam voltadas para jornais de cunho popular, atualmente já se observa que o tratamento da notícia realizado de modo sensacional e espetacularizado não é determinado apenas pela característica do veículo. A clássica divisão de jornais tidos como sérios ou de referência, e, portanto, os que representam os ideais do jornalismo, em oposição aos “popularescos”, que matam estes ideais já não faz mais sentido, se pensarmos pela perspectiva do uso do sensacionalismo.

A hipótese da não existência de objetividade e imparcialidade no jornalismo também foi confirmada ao longo deste trabalho, tanto pelos objetos empíricos, quanto pelos teóricos. Nas duas reportagens analisadas pôde-se perceber a construção de discursos amplamente ancorados em sensações, afetos e emoções. O caráter opinativo e avaliador dos dois textos, além do excesso de adjetivações do segundo não deixam margem de dúvida para isso. A “ditadura da objetividade” e o culto à racionalidade que tanto regem as organizações jornalísticas, além do processo de massificação da comunicação parecem dar lugar à “primazia da sensação” no discurso comunicacional como um todo, em oposição à referida “primazia da razão”, embora as organizações jornalísticas defendam este último a ferro e fogo.

Tal primazia da sensação foi explanada em nosso quadro teórico de referência através das reflexões de vários autores, mas principalmente pelo viés filosófico de Cristoph Türcke (2010). A dimensão da sensação para Türcke alcança os limiares sociais, pois para ele, é chegada a hora de se falar em uma “sociedade da sensação”, não como uma nova sociedade que esteja entrando em uma nova época, como a “sociedade da informação” ou a “sociedade pós-industrial”, mas sim, numa sociedade em que não é mais possível dominar as sensações, onde os meios de comunicação de massa não deixam escapar a torrente de estímulos e sensações e competem para fazer parte deles. É dentro desta configuração, relativamente nova, que se torna possível entender a primazia das sensações no jornalismo, que ao mesmo tempo se mostra como um reflexo e sintoma desta sociedade de sensação, de excitação.

Uma das mais importantes conclusões que pudemos tirar da articulação da análise das duas reportagens foi a dupla faceta com que se encontra o uso das sensações. Enquanto na primeira reportagem, o uso das sensações assumiu um papel de afetação da dimensão do *sensível*, revelando uma transversalidade estética e poética da linguagem através dos recursos literários mobilizados; o tratamento da notícia na segunda reportagem revelou uma estratégia

discursiva que, além de ser característica deste tempo de novas mídias, é também um recurso que os jornais utilizam para obterem maiores audiências e não perderem seu espaço no mercado. A competência linguística de cada jornalista também é um fator relevante para nossa reflexão. Na primeira reportagem, graças à competência linguística de Eliane Brum, a construção de seu texto revelou essa transversalidade estética e poética de afetação do sensível, característica que não pode ser encontrada em qualquer profissional. Na segunda reportagem, não foi possível identificar tal competência, não só pelo fato de ter sido construído por uma equipe, mas também porque seu objetivo estava muito mais voltado em “sensacionalizar” a informação do que “sensibilizar”.

PÁGINAS FINAIS

A nova realidade pela qual estamos imersos exige novas interpretações que deem conta de compreender, pelo menos em parte, os sentidos que permeiam nossas existências. Entendendo que o próprio ato comunicativo apresenta-se num entrecruzamento das esferas poéticas e estéticas do ser, não há como duvidar sobre a importância das práticas midiáticas em nossa contemporaneidade, nem como estas se encontram envolvidas na manifestação do sensível. Isto significa dizer que o ato da comunicação não se restringe apenas à manifestação do *logos*, mas também à manifestação de afetos, emoções, sensações – a comunicação seria o resultado da dialética entre o objetivo e o subjetivo, que gera aquilo que denominou-se chamar de intersubjetividade.

Como se sabe, não há mais lugar, espaço ou fronteira para a estabilidade das linguagens e dos discursos. Estamos todos imersos numa condição instável, fluida, multiforme, que pressupõe novos olhares, novas visadas epistêmicas. Não há como desvencilhar a linguagem da comunicação, nem esta do sensível, pois é através da linguagem e da comunicação que nossa percepção da realidade se constrói. É com a linguagem que percebemos o mundo e a própria essência do processo comunicativo está intrinsecamente ancorada na linguagem.

As reflexões iniciadas neste trabalho têm o objetivo de despertar novas interrogações quanto à capacidade do jornalismo, principalmente o de “interesse humano” de desenvolver uma dimensão ligada à experiência estética, e não apenas pela dimensão ligada ao viés utilitário. Esta dimensão estética está imbricada com a capacidade do jornalismo de “fazer sentir”, e não apenas informar, interpretar ou explicar. Estética e jornalismo estariam assim fundidos com o objetivo de tornar a produção e fazer jornalísticos mais humanizados e sensíveis ao Outro. Mas isto não quer dizer que a função do jornalismo deva equiparar-se com a da literatura ou a poesia, mas sim, que é possível encontrar um forte impulso nestes dois campos, pois eles conseguem transcender visões de mundo, utilizando elementos de expressão, que vão além do plano de conteúdo do texto informativo usual.

A proposta aqui defendida erige-se sobre uma tentativa de explicitar a importância da linguagem atravessada pela ordem do estético – que denominamos *linguagem estetizada* – para a criação de novos sentidos acerca do mundo da vida. A linguagem que interroga a si, realizada a partir da autorreflexividade produz elementos capazes de proporcionar aos sujeitos novos sentidos à compreensão da vida, novas reverberações do sentir. É por isso que um texto atravessado pela dimensão estética possui uma linguagem mais rebuscada e pressupõe uma

maior profundidade de pensamento e expressão, ao contrário dos textos utilitários, “objetivos”, que possuem apenas uma função prática e não deixam espaço para que o receptor aventure-se nas possibilidades humanas de fruição estética.

Assim, esta *estetização no jornalismo* de que tanto nos apoiamos nesta dissertação apresenta-se num entrecruzamento de diversos discursos produzidos pela literatura e pelo poético, onde o conhecimento intuitivo do sujeito comunicador acerca daquele Outro de quem ele fala prevalece sobre a mediação reflexiva dos conceitos. A observação de detalhes sutis, a vontade de conhecer histórias de pessoas comuns, ou mesmo daquelas conhecidas (mas observadas de um modo diferente do habitual), a intenção de despir-se de preconceitos e visões de mundo estereotipadas antes de iniciar uma reportagem, a tentativa de escapar da rigidez e padronização do discurso informativo, e com isso aventurar-se nas possibilidades linguísticas de narrar o mundo da vida ensejam alguns poucos exemplos dessa proposta de um *jornalismo estetizado*, para além do jornalismo sensacional ou do jornalismo meramente informativo.

De outro ponto, observamos que o uso das narrativas sensacionais encontra-se entranhado nas narrativas midiáticas, de modo que a própria lógica do jornalismo está atrelada ao fluxo contínuo das sensações fugazes e imediatas. O sensacionalismo, a espetacularização e dramatização da notícia são elementos que fazem parte das mídias de maneira geral, confirmando a “primazia da sensação” nos mais variados discursos atuais. Embora o sensacionalismo exista na imprensa desde seus primórdios, o contexto que essas narrativas se encontram hoje, é muito mais complexo do que tempos atrás, pois elas entremeiam o contexto social como um todo. Toda força e poder dos aparatos midiáticos converteram-se para a exploração da sensação, obliterando seu sentido que antes estava ligado à dimensão perceptiva, e hoje significa o extraordinário, a percepção do incomum. É por isso que a real capacidade dos indivíduos de sentir e vivenciar os sentimentos inscritos na duração fica anestesiada com essa avalanche de sensações, imagens, emoções e apelos aos estímulos sensoriais pelos quais eles são intensificamente compelidos e guiados.

A proposta por um jornalismo menos sensacional e mais sensível insurge nessa linha tênue em que se encontra a face dupla da sensação, pois como bem advertem os filósofos Deleuze e Guattari, de nada adianta procurarmos pelas sensações, se nos limitarmos às reações e excitações que elas prolongam, ou às ações e reações que elas refletem.

Assim, ao chegarmos ao final de nossa caminhada, um sentimento de alívio e descontentamento nos apodera, pois ao mesmo tempo em que finalmente conseguimos passar por todos os árduos caminhos da pesquisa científica, respondendo a algumas perguntas pretendidas, muitas outras ainda permanecem, gerando um estado de inquietação. Diante das reflexões realizadas, algumas perguntas ainda persistem: de que modo a linguagem estética e poética contamina outros domínios da comunicação de massa? O jornalismo estetizado é capaz de se fazer presente no material jornalístico de interesse humano ou pode ser visualizado como rara exceção na imprensa? Essa nova proposta de jornalismo seria capaz de representar uma ruptura com o modelo atual?

O fato é que os processos comunicacionais são complexos e demandam reflexões que amadurecem com o tempo, com o conhecimento e com a experiência. Além disso, a prevalência da cultura da mídia em nossos cotidianos, e com ela as novas formas de sentir e fruir a vida necessita de uma postura interpretativa, que não coloque a racionalidade como protagonista de toda forma de observação.

Esperamos, por fim, até com certa pretensão, que este trabalho tenha conseguido contribuir para a pesquisa acadêmica na área de Comunicação, pois acreditamos na necessidade de ampliação dos horizontes da crítica da atividade jornalística, atividade esta cada vez mais atravessada pelo paradigma da sensação que tanto se impõe em nosso presente.

REFERÊNCIAS

AGUIAR, Leonel; BARONI, Alice. **O acontecimento e o sensacional no jornalismo**. Estudos em Comunicação nº 5, p. 135-149, maio de 2009. Disponível em: <http://www.ec.ubi.pt/ec/05/pdf/07-baroni-acontecimento.pdf> Acesso em: 02 mar. 2012.

AGUIAR, Leonel; SCHAUN, Angela. **A Lógica das Sensações no Discurso Jornalístico**: uma contribuição para o campo das teorias do jornalismo. Trabalho apresentado no GP Teorias do Jornalismo do X Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2010.

AMARAL, Luiz. **A objetividade jornalística**. Porto Alegre: Sagra, 1996.

AMARAL, Márcia Franz. **Jornalismo popular**. São Paulo: Contexto, 2006.

_____. **Sensacionalismo: um conceito errante**. Texto apresentado no GT Estudos de Jornalismo, no XIV Encontro Anual da COMPÓS, UFF, Niterói: junho de 2005. Disponível em: <http://seer.ufrgs.br/index.php/intexto/article/viewArticle/4212> Acesso em: 07 mai 2011.

ANER, **Associação Nacional de Editores de Revista**. Disponível em: <http://aner.org.br/>.

ANGRIMANI, Danilo. **Espreme que sai sangue**: um estudo do sensacionalismo na imprensa. São Paulo: Summus, 1995.

BARBOSA, Marialva; ENNE, Ana Lucia Silva. **O jornalismo popular, a construção narrativa e o fluxo do sensacional**. 2005. Disponível em: <http://www.pos.eco.ufrj.br/ojs-2.2.2/index.php/revista/article/viewFile/163/150> Acesso em: 12 fev. 2011.

BARROS, Laan Mendes de. Experiência estética e experiência poética: a questão da produção de sentidos. *In*: XXI ENCONTRO ANUAL DA COMPOS. **Anais GT Comunicação e Experiência Estética**. Juiz de Fora: UFJF / Compós, 2012.

BARTHES, Roland. **Crítica e verdade**. Trad. Leyla Perrone-Moisés. São Paulo: Perspectiva, 2007. Disponível em: http://moodle.stoa.usp.br/file.php/1473/Roland_Barthes_-_Crítica_e_Verdade.pdf Acesso em: 23 jun. 2012.

BAUMGARTEN, Alexander Gottlieb. **Estética**: a lógica da arte e do poema. Rio de Janeiro: Vozes, 1993.

BERGSON, Henri. **Duração e Simultaneidade**. Trad.: Claudia Berliner. São Paulo: Martins Fontes, 2006.

BLUMER, Herbert. A massa, o público e a opinião pública. *In*: COHN, Gabriel (org.). **Comunicação e indústria cultural**. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1978.

BRAGA, José Luiz. Constituição do Campo da Comunicação. *In*: NETO, Fausto; PRADO José Luiz Aidar; PORTO, Sérgio Dayrell (orgs.). **Campo da Comunicação**: caracterização, problematização e perspectivas. João Pessoa, UFPB: 2001.

BRUM, Eliane. A suave subversão da velhice. **Revista Época**, São Paulo, 23 abr. 2010. Disponível em: <http://revistaepoca.globo.com/Revista/Epoca/0,,EMI136844-15228,00-A+SUAVE+SUBVERSAO+DA+VELHICE.html>. Acesso em: 17 out. 2013.

_____. Na minha mala de mão, um pedido de desculpas. **Revista Época**, São Paulo, 11 nov. 2008. Disponível em: <http://revistaepoca.globo.com/Revista/Epoca/0,,EMI16961-15220-1,00-NA+MINHA+MALA+DE+MAO+UM+PEDIDO+DE+DESCULPAS.html>. Acesso em 17 out. 2013.

CARLOS, Welliton. A natureza estilística da reportagem. In: MAIA, Juarez Ferraz de (org.). **Gêneros e formatos em Jornalismo**. Goiânia: Ed. da PUC Goiás, 2011.

CHALHUB, Samira. **Funções da linguagem**. 12 ed. São Paulo: Ática, 2006.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. Trad. Angela M. S. Côrrea. 2 ed. São Paulo: Contexto, 2012.

COMPÓS, **Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação**. Disponível em: <http://compos.org.br/>.

CRISTIAN GÓES, José; FRANCISCATO, Carlos. Contribuições da teoria do enquadramento para compreender o sensacionalismo no jornalismo. In: XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, **Anais GP Teorias do Jornalismo**. Fortaleza, CE / Intercom, 2012. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/sis/2012/resumos/R7-0889-1.pdf> Acesso em: 27 out. 2012.

DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Félix. **O que é a filosofia?** Tradução: Bento Prado Jr. e Alberto Alonso Muñoz. 3 ed. Rio de Janeiro: Ed. 34, 2010.

DICIONÁRIO DO AURÉLIO. Disponível em: <http://www.dicionariodoaurelio.com/>.

DINES, Alberto. **O papel do jornal: uma releitura**. São Paulo: Summus Editorial, 1986.

EAGLETON, Terry. **A ideologia da estética**. Tradução: Mauro Sá Rego Costa. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1993.

ERBOLATO, Mário L.. **Técnicas de codificação em jornalismo: redação, captação e edição no jornal diário**. 5 ed. São Paulo: Ática, 2006.

FIDALGO, Antonio. **O consumo de informação. Interesse e curiosidade**. 1996. Disponível em: <http://bocc.ubi.pt/pag/fidalgo-antonio-interesse-curiosidade-informacao.html>. Acesso em: 25 jun. 2012.

FÍGARO, Roseli. Introdução. In: FÍGARO, Roseli (org.). **Comunicação e Análise do Discurso**. São Paulo: Contexto, 2012.

FIORIN, José Luiz (org.). **Introdução à linguística**. 2 ed. São Paulo: Contexto, 2003.

_____. (org.). **Introdução à linguística II: princípios de análise**. 3 ed. São Paulo: Contexto, 2004.

_____. **Em busca do sentido: estudos discursivos**. São Paulo: Contexto, 2008.

FOLHA DE S. PAULO. **Manual da Redação**. 13 ed. São Paulo: Publifolha, 2008.

FOUCAULT, Michel. **A arqueologia do saber**. Tradução: Luiz Felipe Baeta Neves. 7 ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2004.

GREIMAS, Algirdas Julien; COURTÉS, Joseph. **Dicionário de Semiótica**. São Paulo: Cultrix, 1979.

GUIMARÃES, César; LEAL, Bruno Souza; MENDONÇA, Carlos Camargos (orgs.). **Comunicação e Experiência estética**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2006.

HABERMAS, Jürgen. **Teoria do agir comunicativo**. Racionalidade da Ação e Racionalização Social. 2 Volumes. São Paulo: Martins Fontes, 2012.

HAROCHE, Claudine. **A condição sensível**. Formas e maneiras de sentir no Ocidente. São Paulo, Contracapa Editora, 2008.

HEIDEGGER, Martin. **Ser e tempo**. Tradução: Márcia Sá Cavalcante Schuback. Petrópolis/RJ: Vozes, 2006.

IJUIM, Jorge Kanehide; SUIJKERBUIJK, Herma Aafke; SCHIMIDT, Laureane de Queiroz. **Jornalismo: entre o objetivo e o subjetivo**. Estudos em Mídia e Jornalismo. Ano V, n. 1, jan-jun. 2008, p. 137-148.

JENKINS, Henry. Lendo criticamente e lendo criativamente. **MATRIZES**: Revista do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade de São Paulo. Ano 6, nº 1 (jul./dez. 2012) – São Paulo: ECA/USP: 2012, 248 p.

JIMENEZ, Marc. **O que é estética?** Tradução Fulvia M. L. Moretto. São Leopoldo, RS: Ed. UNISINOS, 1999.

KANT, Immanuel. **Crítica da faculdade do juízo**. 2 ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1995.

_____. **Crítica da razão pura**. Trad. J. Rodrigues Meringue. Disponível em: <http://br.egroups.com/group/acropolis/>. Acesso em: 17 mar. 2013.

KOVACH, Bill; ROSENSTIEL, Tom. **Os elementos do jornalismo**. Tradução: Wladir Dupont. 2 ed. São Paulo: Geração Editorial, 2004.

LAGE, Nilson. **Linguagem jornalística**. 8 ed. São Paulo: Ática, 2006.

LIESEN, Maurício. **Comunicar, verbo intransitivo**: ensaio para uma comunicação estética. Rio de Janeiro, RJ, 2010, 96 p. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2010.

LOYOLA, Leandro et. al. À espera da estadista? **Revista Época**, São Paulo, 01 jul. 2013. Disponível em: <http://epoca.globo.com/tempo/noticia/2013/07/cade-estadista.html> Acesso em: 01 nov. 2013.

MAFFESOLI, Michel. **O tempo das tribos** – o declínio do individualismo nas sociedades modernas. Rio de Janeiro: Forense-Universitária, 1997.

MARCONDES FILHO, Ciro. **O capital da notícia**. Jornalismo como produção social da segunda natureza. São Paulo: Ática, 1989.

_____. **Comunicação & Jornalismo**: a saga dos cães perdidos. São Paulo: Hacker Editores, 2000.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Estética da comunicação**: da consciência comunicativa ao “eu” digital. Petrópolis, RJ: Vozes, 2007.

- MATHEUS, Letícia Cantarella. **Elos, temporalidades e narrativas**: a experiência contemporânea do medo no jornalismo de O Globo. Niterói, RJ, 2006. 175 p. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal Fluminense, 2006.
- MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**: understanding media. Tradução: Décio Pignatari. 8 ed. São Paulo: Cultrix, 1996.
- MEDINA, Cremilda. Jornalismo e a Epistemologia da Complexidade. *In*: Anais do Primeiro Seminário Transdisciplinar. **A Crise dos Paradigmas, São Paulo, USP/ECA**, v. 1991, p. 193-205, 1990.
- MELO, José Marques de. **A opinião no jornalismo brasileiro**. Petrópolis : Vozes, 1985.
- MORAES, Ângela. Teorias do jornalismo: um estudo de campo a partir da ideia de formação discursiva. *In*: MAIA, Juarez Ferraz de (org.). **Gêneros e formatos em Jornalismo**. Goiânia: Ed. da PUC Goiás, 2011.
- MORETSZOHN, Sylvia. **“Profissionalismo” e “objetividade”**: o jornalismo na contramão da política. 2001. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/moretzsohn-sylvia-profissionalismo-jornalismo.pdf> Acesso em: 27 mar. 2013.
- ORLANDI, Eni P. **Análise de discurso**: princípios e procedimentos. 8 ed. Campinas, SP: Pontes, 2009.
- PEDROSO, Rosa Nívea. **A construção do discurso de sedução em um jornal sensacionalista**. São Paulo: Annablume, 2001.
- PENA, Felipe. **Teoria do jornalismo**. 2 ed. São Paulo: Contexto, 2006.
- PERNIOLA, Mario. **A estética do século XX**. Tradução: Teresa Antunes Cardoso. Lisboa: Editorial Estampa, 1998.
- PETTER, Margarida. Linguagem, língua, linguística. *In*: FIORIN, José Luiz (org.). **Introdução à linguística**. 2 ed. São Paulo: Contexto, 2003.
- PINTO, Milton José. **Comunicação & Discurso**. 2 ed. São Paulo: Hacker Editores, 2002.
- SANTAELLA, Lucia. **A estética das linguagens líquidas**. *In*: ARANTES, Priscila; SANTAELLA, Lucia (orgs.). Estéticas tecnológicas: novos modos de sentir. São Paulo: Educ, 2008.
- SANTOS, Boaventura de Sousa. **Um discurso sobre as ciências**. 8 ed. Porto: Edições Afrontamento, 1996.
- SANTOS, Goiamérico Felício Carneiro dos. **Literatura, história e comunicação de massas: o entrelugar dos discursos**. 2008. Disponível em: <http://www.anpoll.org.br/revista/index.php/rev/article/viewFile/66/60>. Acesso em 27 de novembro, 2011.
- _____. Intensidades sinestésicas: convergências de sensações, saberes, linguagem na cultura midiática. *In*: FERREIRA, Jairo; FREITAS, Luiz Antonio Signates; PIMENTA, Francisco José Paoliello (orgs.). **Estudos da Comunicação**: transversalidades epistemológicas. São Leopoldo RS, Editora Unisinos, 2010.

_____. Vida digital: o pensar e o sentir na cultura da mídia. *In*: SANTOS, Goiamérico Felício Carneiro; HOFF, Tânia Márcia Cezar (orgs.). **Poéticas da mídia**: mídiatizações, discursividades, imagens. Goiânia: Faculdade de Comunicação e Biblioteconomia, 2012.

_____. Em busca da razão sensível: emoções fortes e desejos nos embalos do consumo. *In*: TRINDADE, Eneus; PEREZ, Clotilde (orgs.) III Pró-Pesq PP - Encontro Nacional de Pesquisadores em Publicidade e Propaganda. **Deve haver mais pesquisa na publicidade porque é assim que se conquista a real beleza**. São Paulo: Schoba, 2013.

SAUSSURE, Ferdinand de. **Curso de linguística geral**. São Paulo: Cultrix, 1996.

SCALZO, Marília. **Jornalismo de revista**. 3. ed. São Paulo: Contexto, 2006.

SCHOPENHAUER, Arthur. **O mundo como vontade e como representação**. Tradução: Jair Barboza. São Paulo: Editora UNESP, 2005.

SCHUDSON, Michael. **Descobrimo a notícia**: uma história social dos jornais nos Estados Unidos. Tradução: Denise Jardim Duarte. Petrópolis, RJ: Vozes, 2010.

SINGER, Ben. Modernidade, hiperestímulo e o início do sensacionalismo popular. *In*: CHARNEY, Leo; SCHWARTZ, Vanessa. **O cinema e a invenção da vida moderna**. São Paulo: Cosac & Naify, 2001.

SODRÉ, Muniz. **As estratégias sensíveis**: afeto, mídia e política. Petrópolis, RJ: Vozes, 2006.

_____. **A narração do fato**: notas para uma teoria do acontecimento. 2 ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2012.

TATIT, Luiz. Abordagem do texto. *In*: FIORIN, José Luiz (org.). **Introdução à linguística**. 2 ed. São Paulo: Contexto, 2003.

TEMER, Ana Carolina Rocha Pessôa. As bases sociológicas nos estudos das Teorias da Comunicação. **Revista Comunicação: Veredas**. Revista do Programa de Pós-Graduação da Universidade de Marília – Unimar. Marília: Unimar, 2005, v. 4, nº 4, 2005.

TUCHMAN, Gaye. A objectividade como ritual estratégico: uma análise das noções de objectividade dos jornalistas”. *In*: TRAQUINA, Nelson (org.). **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. Lisboa: Vega, 1993.

TÜRCKE, Christoph. **Sociedade excitada**: filosofia da sensação. Tradução: Antonio A. S. Zuin (*et al.*). Campinas, SP: Editora da Unicamp, 2010.

WILLIAMS, Raymond. **Cultura e Sociedade**: 1780-1950. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1969.

WOLF, Mauro. **Teoria das comunicações de massa**. 2 ed. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

ANEXOS

ANEXO I

Sociedade

23/04/2010 – 21:10 - Atualizado em 29/04/2010 – 15:20

A suave subversão da velhice

O mundo de grandes solidões e pequenas delicadezas de uma casa de velhos

Eliane Brum

Rosa Bela Ohanian, de 89 anos

Viúva, sem filhos, até oito meses atrás ela morava sozinha num casarão em Copacabana. Foi colocada na instituição pelos sobrinhos. Nasceu em Nova York, morou na Dinamarca, foi funcionária diplomática em Washington. Canta e toca piano. Sente falta de novidades e conversas. Emerge apenas de tempos em tempos do quarto e da melancolia. Então canta

De repente eles chegaram lá, ao portão de ferro da Casa São Luiz para a Velhice. A vida inteira espremida numa mala de mão. Deixaram para trás a longa teia de delicadezas, as décadas todas de embate entre anseio e possibilidade. A família, os móveis, a vizinhança, as ranhuras das paredes, um copo na pia, o desenho do corpo no colchão. Reduzidos a um único tempo verbal, o pretérito, com suspeito presente e um futuro que ninguém quer.

Eles também pensaram que a velhice era destino de terceiros. Jamais suspeitaram que estariam nessa situação. Lançados numa casa que não é a sua, entre móveis estranhos, faces que não reconhecem, lembranças que não se encaixam. Não foi assim com seus pais e avós. Atropelados pelo bonde da modernidade em que a juventude é um valor em si, foram deixados na porta porque outros decidiram que o tempo deles acabou.

“Nem quis me despedir de minha casa”, conta Sandra Carvalho. “Só pedi a meu filho que me trouxesse a estante com os bibelôs, um sofá, a cadeira de braço, uma mesa e meus retratos. E, desde então, vivo com o que sobrou.” Sandra veio com o marido doente. Ele morreu há oito meses. Sandra ficou. Os netos cresceram nos retratos, os olhos dos filhos conquistaram novas nuances, a casa foi alugada para outro. Até a cidade ganhou e perdeu. Sandra não viu.

Há algo de trágico no portão de ferro da Casa São Luiz. Melhor que a maioria, a instituição é limpa, decente e cheia de mimos. Igual a todas, é a última estação do trem, abrigo inventado para esconder os que não têm outro lugar, sobrevivem na brecha criada pelo avanço da

medicina e pelas aflições da vida moderna. Também a casa uma anciã, completou 111 anos de existência desenrolados no bairro carioca do Caju, o mesmo do cemitério, destino final de todos que estão ali.

Sandra Carvalho, de 80 anos

Ela descobriu-se só, entre as sobras do lar que perdeu, a saudade do marido que partiu oito meses atrás e as fotografias da família. Foi colocada na casa pelo filho com melhor situação econômica. Queria viver com ele nos Estados Unidos. Não dá. Sandra diz que se apagou

O Visconde Ferreira D’Almeida, fundador de fé fervorosa, segue cada passo no caminho de árvores rumo ao coração do lugar. Seu olhar de bronze é onipresente na vigília dos 257 velhos que compartilham uma cidadela dividida em seis torres batizadas com nomes de santos ou de famílias quatrocentonas do Rio de Janeiro que no passado fizeram polpudas doações para garantir uma vaga no céu.

Apesar da solidez da estátua do fundador, a instituição mudou com o tempo. Nasceu antes da invenção da aposentadoria, para abrigar os operários das fábricas de tecido do aristocrata quando já não tivessem forças para mover as máquinas. Um século depois, é habitada por doutores e comerciantes, empresários e intelectuais. Gente de classe média e também de sobrenome ilustre, capaz de pagar uma suíte particular. Restaram 54 paridos pelo berço original de desvalidos. Operários, empregados do comércio, costureiras, lavadeiras, domésticas que descansam o corpo em camas gratuitas de dormitórios arejados, mas coletivos. Como lá fora, entre os pobres e os ricos há uma longa escadaria, o poder inversamente proporcional ao número de camas que abrigam sono e sobressaltos.

Sandra Carvalho, mãe de três filhos, avó de seis netos e bisavó de dois bisnetos, tem a sorte de um quarto só seu. Do contrário, teria apenas um armário para guardar 80 anos de vida. Chegou ao portão pelas mãos do filho do meio. Queria morar com ele nos Estados Unidos. Não dá. “Seria muito complicado”, convence-se. “Queria ser cantora, fui costureira. Minha vida foi sempre tão cheia de controvérsias...” Acaricia o sorriso dos retratos do álbum de casamento, murmura: “Eu me apaguei aqui. É, me apaguei”.

Sandra, como todos, é vítima da brutalidade de um tempo em mutação. Os passos lentos demais para a velocidade de um mundo que não perdoa quedas. Os velhos perderam afeto, amizade e calor, ganharam tempo. Vivem mais e melhor que seus pais e avós. Vivem mais sós. A morte social chega antes da derradeira batida do coração. Tornaram-se provas inoportunas de que a sociedade que os deixou no portão pisa em terreno pantanoso. Decidem na soleira que querem viver. E o fazem da forma possível, até porque têm idade suficiente para compreender que o possível não é pouco.

Paulo Serrado Filho, de 71 anos

Ele foi boêmio. Um acidente de carro lhe causou danos permanentes nas duas pernas. Depois, teve um enfarte. Solteiro e sem filhos, não faz questão de ser maduro. Hospedou-se na casa há três anos porque tem medo de estar lá fora. Tem fantasias sexuais com Cyd Charisse

No lugar em que foram apartados do tempo, do mundo, da família, reeditam diariamente resistência e insurreição. Desejam. Um sabor diferente no cardápio, a fantasia sexual com a musa hoje mais velha que eles, o jornal do dia seguinte. Enquanto desejarem, ainda que apartados do mundo, estarão vivos. Encarquilhados, vacilantes, são a lembrança incômoda não do passado, mas do futuro de todos. Se a velhice de hoje é aniquilada, a de amanhã já nasce morta. Porque viver, para além das conquistas da ciência, é mais que respirar.

Aos 74 anos, a comerciante portuguesa Fermelinda Paes Campos cumpre o ritual de rebeldia vestindo-se para festa todos os dias. Cobre-se de pérolas, de tecidos vaporosos. “Esses hormônios não me deixam. Estou explodindo”, confidencia. Preso a uma cadeira de rodas, aos 71 anos, o jornalista Paulo Serrado sonha que cavalga águias sobre as montanhas. “Acordo com cara de tacho, mas tudo bem.” Sem poder mais dançar, ele, que foi apelidado de Fred Astaire na boemia de Copacabana, abraça-se ao retrato de Cyd Charisse e rodopia em fantasias. Rosa Bela Ohanian, de 89 anos, morou na Europa e nos Estados Unidos, foi funcionária diplomática em Washington, fala quatro línguas. Emerge da melancolia para entoar uma canção de amor em dinamarquês. “Amo por toda a vida, não por um segundo.”

Nos últimos passos, a vida torna-se um filme em que se desejaria acrescentar personagens, eliminar cenas, avivar as cores da fotografia. Trocar a trilha de música de elevador por um heavy metal. Ou pela “Cavalgada das Valquírias”, um tango de Piazzolla. Aos 86 anos, o mestre-de-obras Guilherme Coelho prefere viver de arrependimento. Lamenta a carne com que se lambuzou na mocidade, todo ele transformado em espírito, a Bíblia ao alcance da mão. Por seis meses ficou tetraplégico, à mercê de fraldas e enfermeiras, a mente presa ao corpo. Nunca esquecerá o pavor da impotência, a enfermeira do hospital que atirou um telefone contra seu corpo paralisado. Quando o dedão do pé mexeu o lençol, Guilherme concluiu que era um milagre. Deus lhe havia concedido tempo para preparar-se para a morte. Guilherme decidiu a canção de seus derradeiros dias.

Maria Prado, de 101 anos

É a mais velha. Viúva, sem filhos, formou-se em farmácia, trabalhou no Ministério da Educação. Na casa há seis anos, por decisão da sobrinha, já gostaria de morrer. O grande prazer é ler o jornal do dia

A expulsão do mundo

Noêmia Atela veio para não ficar. Reedita todos os dias o compromisso com a resistência. Resumiu a vida aos 30 passos que separam a porta do apartamento do banco no fim do corredor. Senta-se lá, posicionada entre o elevador e o telefone. Por um ou por outro espera chegar a alforria dos filhos. Revela sempre o mesmo segredo: “Na semana que vem vou embora”.

“Lá fora” é como batizaram o mundo que ficou, quando na verdade ficaram eles. Uma terra onde já estiveram e não mais estarão. Vieram, quase todos, sem escolha. Primeiro perderam o marido ou a esposa, depois era o lar que já não conseguiam administrar, em seguida o apartamento dos filhos que se tornava apertado, por fim o mundo inteiro transformava-se numa placa gigante de entrada proibida. Ficavam sem lugar. Restava a casa.

A maioria tem a porta de saída vetada. Só saem com autorização. Quem decide o ir-e-vir são os parentes ou os médicos. Podem se perder, ser atropelados, roubados. Para além do portão tudo vira risco. Mesmo para quem tem permissão, lentamente o desejo de ver a cidade vai morrendo, se extinguindo aos poucos. Até romperem por completo o cordão umbilical. E a casa vira o próprio mundo, as paredes impregnadas de uma segurança implacável. “Eu às vezes penso em ir lá fora. Mas o que faço lá fora velho?”, indaga Guilherme. “Só me sinto seguro aqui dentro.”

Da primeira vez, Paulo ficou apenas um mês. Solteirão empedernido, vivia no apartamento próprio em Copacabana, auxiliado por acompanhantes desde que um acidente imobilizou as pernas e um enfarte atropelou o coração. Quando uma irmã decidiu passar um mês na Europa, pediu a Paulo que se transferisse para a casa. “Só para que eu fique tranqüila”, disse. Paulo atendeu-a. Depois voltou para Copacabana. “Então me dei conta. Eu estava andando com minha bengala e vi um vulto enorme saltar por cima do balcão do café. Era um doberman”, conta. “Quando estou voltando para o apartamento, a desgraçada de uma dona-de-casa batia papo com a comadre e ao lado o doberman sem coleira. No outro dia, havia um doberman e um pit bull. Pensei: se esses vigaristas vierem para cima de mim, o que faço?”

Ligou para a loja de armas disposto a comprar uma pistola para se defender. “Aí me lembrei de meu avô. Ele falava que eu era muito esquentado para ter arma”, conta. “Distribuí os quadros, o liquidificador, a máquina de lavar roupas, aluguei o apartamento e voltei para cá. Tive de aceitar minha impotência. Não tenho mais competência física para andar lá fora.”

Se o mundo é perigoso para todos, para os velhos torna-se prenhe de armadilhas. Cada buraco na calçada pode ser fatal, cada degrau a mais a escalada da bengala para a cadeira de rodas. Os pés cansados não são mais capazes de alcançar o ônibus onde o motorista bufa de impaciência “com esses velhos que não pagam e ainda atrasam a gente”. As pernas não obedecem ao comando da adrenalina diante das crianças que os tornaram alvo preferencial dos assaltos no confronto entre dois vencidos, a infância abandonada e a velhice desvalida. É assim que vão sendo expulsos.

O que mais temem não é morrer, mas cair. “Descobri que estou numa ilha cercada de mar por todos os lados”, resume Fermelinda. “Lá fora me sinto um passarinho voando. Mas isso era quando eu tinha 20 anos. Agora, se voar posso levar um tombo.” Quem perambula pela casa

como se estivesse numa cidadela medieval teme o 2o andar do Pavilhão São Joaquim mais que o Juízo Final. “Você já foi lá?”, pergunta Fermelinda. “Melhor não ir. Se fizer questão, tudo bem. Mas não me chame.”

No 2º andar estão os que caíram e nunca mais se levantaram. Longas enfermarias onde se chega a torcer para a demência poupá-los da realidade. Restos humanos que deixam cair a comida da boca, fazem gestos do passado que perderam o sentido, chamam pelos que partiram. O 2o andar do São Joaquim eleva-se como um purgatório de alma viva, entreposto entre a instituição e o cemitério. Tão terrível que os moradores fingem desconhecê-lo. Tanto quanto se pode ignorar a nuvem escura que precede a tormenta.

Rosa Pimentel caiu. Do 3º para o 2º andar do São Joaquim. Um andar apenas, o despenhadeiro. Só mexe os braços, a Rosa. Mas tem boca. E aos 88 anos não se cansou de reinventar a vida. Deitada numa das camas do dormitório dos que perderam quase tudo, inclusive o juízo, Rosa mantém-se na superfície rimando. Emenda um verso no outro, liberta-se. “Não sei como acontece, porque nunca tive um livro de poesias”, espanta-se. “Simplesmente elas vêm em meu pensamento.”

Sem amor nem dinheiro, sequer parentes, agora também sem movimento, Rosa transformou a vida em versos. “Nasci em 18 de outubro de 1913, num dia de sábado, às 4h20 da tarde, na Rua das Laranjeiras, 57, telefone 357.” Vai misturando a infância e as rimas: “Hoje não sou ninguém, sou apenas de quem me quer bem. A maior quinta em Portugal era de meu pai. Ainda lembro das vacas Formosa, Ferreira, Fidalga, Bonita... e do cachorro branco com rodelas amarelas de nome Diamante”.

Estende os braços, a Rosa, ciente de que ficará viva enquanto conseguir encaixar uma rima na outra, afinal não é assim mesmo, um verso triste num alegre, uma perda num ganho, um dia depois do outro?

Robert Regard, de 62 anos

Depois de uma carreira no halterofilismo europeu, ele desembarcou no Brasil, onde foi proprietário e gerente de supermercados. Ficou sem teto quando o segundo casamento acabou. Tem cinco filhos franceses e uma brasileira. Na casa há quatro meses, tornou-se o galã que faz bater mais forte corações já claudicantes

O tempo das mentiras

A travessia do portão de ferro se inicia com a lenda de que os velhos precisam descansar. “A mentira é também um estado de satisfação”, explica Vicente Amorim. Aos 97 anos, com credencial de pai de embaixador, o ex-ministro Celso Amorim, ele lê quase um livro por dia para dialogar com personagens que lhe trazem notícias, compartilham suas dores, lhe falam de prazeres perdidos. “No dia em que passei a procuração para minha filha, assinei a abdicação

de minha personalidade. Primeiro, veio a euforia. Depois, caí em mim”, conta. “Não ia mais me preocupar com o banco, saber se minha conta estava no azul ou no vermelho. Nessa hora perdi a independência. E não perdi o juízo.”

É esse o cárcere do homem sentado sempre no mesmo banco da casa, protegido pelas asas de um anjo, lugar tão cativo que, ao aproximar-se com sua cadeira de rodas, quem lá o estiver usurpando imediatamente se levanta. “Nunca imaginei que estaria aqui. Clinicamente não sinto dor alguma, mas sinto uma angústia que não sei explicar, que não tenho palavras para pôr num dedo.”

Mundo de velhos

Com 111 anos, a Casa São Luiz para a Velhice abriga 257 moradores. De empregadas domésticas a profissionais liberais. A maioria raramente sai de seus muros. Alguns porque não têm para onde ir. Outros porque têm medo da vida lá fora

Na gruta, plantada num jardim com pássaros, fonte e estátuas, os moradores aplacam seus dilemas conversando com Deus

A capela é uma obra de arte, cenário de casamentos ilustres e de novelas de TV. Há azulejos e rendas da Bélgica, altar em mármore, imagens da França. São Luiz, monarca francês, foi o primeiro a se preocupar com os velhos

A biblioteca é o coração da casa. Nela acontecem as festas, os saraus, as reuniões da ouvidoria e os encontros para debater o mundo que ficou

Como Vicente, descansar é tudo o que os velhos não querem. Quem desejaria com a eternidade espreitando logo ali, na próxima curva? A palavra asilo tornou-se cruel demais para os tempos politicamente corretos. Inventaram a casa de repouso, eufemismo travestido de desvelo para abrigar velhinhos cansados da vida, quando foi o mundo que se cansou deles. “Se quando eu era jovem alguém tivesse me falado que eu estaria aqui, diria que o sujeito era maluco”, revolta-se Paulo. “Terceira idade o cacete, pô!”

Rosa Bela ergue-se do banco, as mãos crispadas como um personagem de tragédia, para dizer que não quer sossego. “O que está faltando é aquele entusiasmo de gente jovem incentivando os velhos a se animar. Não deixar os velhos sentados só olhando, como se participassem de uma história antiga. Não é uma história antiga. É real.”

Povoada por mais de 20 mil anos de vida, somado tudo, a casa respira, transpira, parece que se mexe. Desde a fundação a administração foi passando de herdeiro a herdeiro por cláusula testamentária até chegar à embaixatriz Regina Bittencourt, uma grande dama de quase 80 anos, do tipo amamentado em francês e desmamado em incursões pelo mundo. Dona Regina é herdeira de duas instituições em extinção: a aristocracia e a caridade. Modernizou a casa abrindo as portas para os pagantes, já que as doações foram se extinguindo junto com as grandes fortunas. Seguiu com a tradição familiar, a filha e um neto já destinados a garantir a continuidade.

Cada fonte ou canteiro da instituição tem nome, e um nome enorme. Insólito cenário para descobrir que uma das curiosas vantagens da velhice é a extirpação de um tumor das relações humanas: a hipocrisia. Mesmo quando flagrados pelas armadilhas do cérebro cansado, os moradores exibem uma objetividade de lâmina. “Eu não gosto de que me chamem de idosa. Sou velha mesmo!”, diz a funcionária pública Maria Prado. Aos 101 anos, ela dispensou autocomiseração e cinismo: “Onde você já viu velha bonita? Pode ser triste, conformada ou alegre. Alegre mesmo penso que não tem nenhuma. Há as conformadas e as menos conformadas. Mas bonita nenhuma”.

Chegaram à idade em que todo fingimento é descartável como um apêndice. Talvez por isso seja tão importante permanecerem trancados lá dentro. Todo fim de mês a casa faz uma festa para os aniversariantes. O evento é patrocinado por socialites cariocas em suas missões de caridade. Há alguns anos, elas traziam personalidades para fazer shows. Com o tempo, desistiram. Uma das vítimas foi Pelé. A emergente Kiki Garavaglia, de 54 anos, morre de rir ao contar que o rei cantou uma musiquinha para os moradores. Indiferente à majestade que deu a honra da graça, uma das velhas gritava: “Canta outra coisa. Mas tá muito ruim”.

Essas festas mensais produzem cenas implacáveis. Aos 61 anos, com corpinho de 41, Gisela Amaral irrompe vestida de mostarda da cabeça aos pés, com Bombom e Banana a tiracolo. Bombom é o motorista e Banana o cachorrinho. Anunciada pelo microfone: “Gisela Amaral, diretamente de Nova York. Olha o sapatinho da Gisela combinando com a roupa”. E Gisela mostra o sapatinho. Os velhos ficam boquiabertos. Viveram para ver isso.

O duelo dos sexos

Noêmia viveu 86 anos para constatar mais uma duvidosa conquista das mulheres: a velhice é feminina. “O que não tem aqui é homem”, informa. “Quando aparece um é uma alegria.” Na casa, há três mulheres para cada homem. Se elas são mais longevas, parecem condenadas à solidão, numa subtração matemática que piora a cada ano. Mais que a estatística, o que impede o amor do outono é o descompasso que abalroa as relações durante todas as fases da vida. Depois de velhos, eles têm o desplante de continuar se levando a sério. Não fosse por esse detalhe atávico da personalidade masculina é provável que irrompesse luxuriante primavera naquele miolo de mundo. “É ridículo namorar nesta idade”, sentencia Guilherme. “Não gosto de papadas”, desdenha Paulo. “Nem de múmias.”

A verdade é que os valores – e as pessoas – não mudam com a idade. Inclusive os chatos. Seguem chatos até os últimos dias. Ninguém fica mais bonzinho por tornar-se velhinho, assim, no diminutivo. E as manias ficam ainda mais acentuadas, para o bem e para o mal.

Cortejando um século de vida os homens continuam desejando não duas de 20, pelo menos duas de 40.

As mulheres, não. Ainda que os pés não andem com a mesma firmeza, seguem com eles plantados no assoalho. Práticas na velhice como o foram na juventude. “Estou apaixonada. Sinto que ele fica nervoso quando me vê”, desmancha-se Fermelinda. “Meu sonho é um dia dividirmos uma suíte aqui na casa.” Depois de surpreender o marido na cama com a empregada muitos anos atrás, Fermelinda tornou-se a encarnação da ansiedade. Foi instalada na casa para não definhar, arrumando e desarrumando a cama várias vezes por dia quando tudo o que queria era fazer o mesmo, mas bem acompanhada. Insone pelas alergias que lhe cobrem o corpo como compensação pela falta de carícias.

Enquanto o amado do momento permanece distante como o Cristo Redentor, o Rio de Janeiro de Fermelinda tem sempre 40 graus. “Não existe mulher frouxa nem fria. Sabe o que é mulher fria? É ela não ter inteligência para o amor”, ensina. “E o homem nunca morre. Basta ter uma mulher que saiba prepará-lo.”

Gabriela Svozil e Adyr Bueno, de 68 anos

Ela dona-de-casa, viúva, não conta a idade. Ele é bancário e solteiro. Ambos sem filhos. Chegaram à casa levados por parentes, ela há sete anos, ele há oito. Encontraram-se. Desafiam preconceitos e vivem um romance em dormitórios separados

O termômetro da casa elevou-se perigosamente há quatro meses, quando o francês Robert Regard despontou no portão a bordo de um ainda respeitável ramallete de músculos. Aos 62 anos, um *baby* para os padrões locais, cuja média se situa em torno dos 85 anos, ele se achou sem teto depois do epílogo do romance com uma brasileira. Ultrapassou o pórtico um pouco assustado, mas logo descobriu que não havia pomada melhor para os arranhões da auto-estima. Plantou-se no pátio de calção e camiseta cavada. A cada bíceps que pulava nos braços um coração feminino completava um salto triplo. Ainda por cima, todos os peitorais vinham com sotaque. “As mulheres adoram quando eu falo francês”, assinala.

O galã da casa foi coroado Mister França em 1967. Fez carreira no halterofilismo europeu. Aos 37 anos, deixou a mulher e cinco filhos e veio se aventurar no Brasil. Abriu dois supermercados, faliu, foi gerente de outros tantos, acabou sem nada, exceto por uma filha brasileira e um amor incondicional pela pátria adotiva. Estufa todo com o clamor que provoca, mas nem sequer cogita a possibilidade de um *affaire* com uma das companheiras de exílio. “São minhas amigas”, esclarece. “Sempre tive moças mais novas correndo atrás de mim. Eu me vejo ao lado de uma mulher de 40, 45 anos. Por isso me cuido e estou inteiro.”

Sempre mais pragmáticas, as mulheres. Não é à toa que vivem mais. Sem par nos bailes da casa, evoluem pelo salão com as amigas, as enfermeiras, as acompanhantes. A maioria vem de uma geração em que o mundo feminino era circunscrito aos lares, e esse estágio de

uma existência inteira as ensinou a viver entre paredes. De certa forma, perderam um pouco menos e um pouco mais, na medida em que não sofrem pelo que não conheceram.

Eles, não. Seu mundo era o de fora, donos de todas as ruas, no controle de cada passo. Postam-se carrancudos, temerosos “de dar vexame”, recusando-se a esgrimir com as pernas que têm. Suportam menos as limitações da velhice, dependentes das moças muito mais jovens que estão ali não por sua capacidade de sedução, mas para trocar-lhes as fraldas. Mais assolados pelos ventos da depressão, os homens definham enquanto elas tocam gaita, piano, fazem versos. “Não há vantagem nenhuma em chegar a essa idade imprestável, dependendo dos outros até para tomar banho”, desabafa o dentista Fernando Ferreira, de 84 anos.

Na sacada, Noêmia tomou a decisão de só ouvir o que quer. “Ainda bem que sou surda”, dispara. Subitamente se ilumina. Diante dela desenrolam-se cenas de sexo explícito. Desta vez, Noêmia escuta muito bem. Solidária, chama a vizinha: “Corre aqui! Vamos ver os gatos cruzando no telhado”.

Amores possíveis e impossíveis

O amor de velhos é encabulado. Trazem da rua suas vergonhas e lá dentro eles viram cimento. Adyr Galvão Bueno e Gabriela Svozil tecem há anos um romance de sussurros, temerosos de ofender o pequeno mundo em que vivem de caridade. Repetem suas cenas, lado a lado no banco, quase pedindo desculpas, sem coragem de pegar na mão, matando o beijo antes que aconteça. Mesmo assim, alguém sempre aponta um dedo artrítico não pela idade, mas pela estreiteza: “Ridículos”.

Só eles adivinham beleza na forma trágica pela qual se conheceram, ela caída sobre a mesa do café, o estômago embrulhado. Ele tão magro que de perfil e de frente quase não há diferença, carregando-a para uma das camas do dormitório. Desde então são vistos sempre juntos, sempre tímidos. Ela viúva de um homem que falava pouco, ele à espera de uma noiva que viajou para a Bélgica décadas atrás e jamais voltou. Não escapam da casa para passeios porque Gabriela só pode empreender fugas de poucos passos. Nem Adyr lhe dá flores porque não é permitido arrancá-las dos canteiros.

Jamais compartilharão uma cama, falta-lhes o dinheiro para pagar uma suíte particular. Ao entardecer, quando toda a população da cidade de velhos se recolhe, Adyr e Gabriela vivem os momentos mais íntimos do romance. Vão dormir afogueados, temerosos de ser expulsos, como crianças de colégio interno experimentando brincadeiras proibidas. Da varanda do dormitório masculino, aos 68 anos, Adyr sacode uma toalha para que os olhos de Gabriela o adivinhem na derradeira despedida.

Manoel Matias pensa em sua Maria Socorro em outra cama do pavilhão. Preencheram a ficha de ingresso na casa, anos atrás. Registraram, singelamente: “Pela primeira vez vamos dormir separados”. Fizeram questão de acrescentar no documento: “Permaneceremos sempre juntos na perspectiva de uma vida feliz”. E despediram-se, na porta cada qual de seu dormitório, depois de 60 anos de casados em que, abraçados na cama capenga, dividiram a dor dos filhos que não vieram, do negócio próprio que nunca se realizou, das mãos de Maria se acabando nas panelas da casa do patrão, das desditas de Manoel no balcão de outro dono.

A cada manhã, Manoel e Maria voltavam a se unir. Ele com 86 anos, ela aos 94. Gastavam os dias agarrados um no outro para compensar a solidão da noite. De repente ela adoeceu, não mais apareceu no jardim. Manoel então acordava e, alinhado e cheiroso, visitava sua Maria. Ela, cada vez mais calada, foi ficando fora de seu alcance. Mesmo assim ele não esmoreceu. “Eu sempre deixei que ela decidisse tudo”, explica. “Foi amor à primeira vista.”

Manoel segue visitando sua Maria. Ela partiu no mês de maio. Manoel é realista em todo o resto, menos para a morte de Maria. Para ela se banha, penteia os cabelos de polvilho. Para ele, Maria é sempre linda como no primeiro encontro. Sempre que Manoel senta na biblioteca, procura um lugar onde bem ao lado se ofereça uma cadeira de balanço vaga.

Aos 87 anos, Joaquim Cysneiros Vianna vai todos os dias dar um beijo em Aurea. E todos os dias Aurea constata que Joaquim foi embora há muito. Advogados, ele e ela. Brillante, Joaquim. Aurea, independente quando as mulheres recém-presentiam a liberdade. Uma vida construída em manifestações de protesto, viagens à Europa, um cotidiano de leituras e longas conversas. Há sete anos Joaquim começou a partir devagar. O homem com quem compartilhou a vida fora seqüestrado pelo mal de Alzheimer. Logo a estrela dos tribunais era um menino, sem modos à mesa, escapando do banho, fugindo de casa.

“Reage”, cansou-se de gritar Aurea. Ele já não a ouvia. Foi o primeiro a chegar à casa. Há um ano veio Aurea, as pernas robotizadas pela artrose. Recusou-se a ficar no mesmo apartamento que o marido. “Ele não está mais aqui, está preso em si próprio. Não vive, vegeta. Transformou-se em outra coisa e é muito duro vê-lo assim”, diz. “Tudo o que ele faz é me dar um beijo e dizer ‘é’, a única palavra que sobrou.”

Aos 88 anos, Aurea sobrevive pela desistência do verbo querer. “Gostaria de ficar com minha filha, mas entre querer e poder há uma distância”, conta. “Para não me decepcionar procuro não desejar nada. Aprendi isso aqui. Aceitei. A pessoa que vive aprende vivendo.”

Agora é outra a mulher que cuida de Joaquim, a acompanhante Maria José Ferreira, que aos 46 anos passou a temer a velhice anunciada. Passa creme na pele de Joaquim menos por salário mais por afeto, combina as roupas, obriga-o a participar da agitada rotina de atividades da casa, mesmo que seja só com o corpo, para não ir embora de vez. Todos os dias a filha Angela liga, sempre às 13 horas, para obrigar o pai a falar. Ainda que seja só para ouvir uma seqüência de “é”.

Aos 59 anos, ela é uma raridade na casa em que as visitas são mais ausentes do que os moradores desejariam. Solteira, um filho adulto, a educadora Angela surge no portão duas vezes por semana e a cada aparição faz a alegria do andar inteiro com quitutes de sua cozinha. Quando o pai e a mãe começaram a definhar, primeiro foram morar com ela. As dificuldades foram tantas e tão terríveis que precisou abandonar o emprego na universidade. “Fiquei com um complexo de culpa miserável quando tive de trazer meu pai para cá. Só mais tarde fui percebendo que não tinha outro jeito”, conta. “Depois veio minha mãe, também já não havia maneira de dividirmos o mesmo espaço. Ela sempre foi independente e autoritária, tinha perdido a casa, o marido e a vida e estava me deixando maluca. O médico falou que, se eu não tomasse uma decisão, quem acabaria se terminando era eu.”

Laurentina de Jesus, de 84 anos

Seu sonho era morar num asilo. Por toda a vida trabalhou sem salário. Analfabeta, nunca votou. Sem chance de amar, manteve-se virgem. Há 18 anos, quando entrou na casa, libertou-se

Pobres e ricos

Na casa, Aurea e Joaquim aprenderam a seguir um tempo regido por outra lógica. Os ponteiros do relógio obedecem ao ritmo das refeições. Marcam o café da manhã às 7h30, o lanche às 10 horas, o almoço ao meio-dia, o outro lanche às 14h30, a sopa ou o mingau às 17 horas. Já houve um refeitório para todos, mas logo se descobriu a impossibilidade de colocar ricos e pobres à mesma mesa. Cedo os aquinhoados se irritaram com a falta de etiqueta dos que estavam felizes por ter comida no prato. O refeitório acabou fechado e as refeições passaram a ser servidas nos nichos que cabem a cada classe. Os pagantes alimentam-se na solidão dos quartos. Os gratuitos, em pequenas mesas na varanda.

A velhice rica é mais doída, porque feita exclusivamente de perdas. Tudo escapa das mãos, principalmente poder e escolha, do cardápio ao lugar em que estão. Impotentes para eleger com quem dividir dilemas e convívio. Humilhados na dependência de estranhos até para tomar banho. A velhice pobre pode ser recompensa. Mais feliz e mais triste porque não conheceram o que poderiam perder. Forçados na luta pelo básico, sem tempo para o desejo, para eles manter-se vivo já é muito. Levam para o portão uma mala com menos roupas e mais capacidade de reinvenção.

É o que ensina a costureira Rossi Rodrigues. Ela descobriu que se aceitasse o mundo dos vivos acabaria partindo para o dos mortos, fatalidade cuja possibilidade lhe parece de muito mau gosto. “Eu, hein!”, diz ela, com uma careta. Veio há 17 anos porque não é mulher de morar com filho, se meter no canto de nora. Usa a casa como se fosse um hotel. Aos 72 anos, compositora de música brega, o que Rossi gosta mesmo é de remendar o mundo. Realiza na velhice o sonho da mocidade, tornou-se respeitada dentro e fora da casa. Bem informada o suficiente para lembrar aos ricos, na rispidez de combates inevitáveis, que, se não fossem os pobres, a casa perderia a filantropia. E com ela a isenção de impostos.

Participa das pastorais da saúde, dos presidiários e de mais quantas puder. Esteve na Candelária, na Santa Genoveva, no Fórum Social Mundial. Em Brasília mais de uma vez. E, assim, não se cansa de assombrar a casa com uma coleção de camisetas, a mais chamativa delas com as letras do MST. “Eu vim para cá para viver, não para morrer”, discursa. Olha-se no espelho, confere as rugas, apalpa uma por uma para ter certeza de que estão todas no lugar: “Adoro estas minhas rugas. Cada uma um filho, um neto, a minha vida”.

Quem vê a devota de Santa Edwiges na missa, joelhos esfolando-se no chão, nem desconfia o que se passa no interior daqueles cabelos salpicados de neve. Suave como uma pimenta-do-reino, ela dá uma agitada ”na companheirada”. “Embora dar uma volta”, chama. Empunha a bolsa, sempre atrasada para o mundo lá fora. “Se fosse uma gatinha você parava, né?”, xinga

o motorista do ônibus que a ignora no ponto. “Não tem mãe não, meu filho? Não vai ficar velho não?” E já saca a caderneta para anotar a placa.

Deixa Santinha e Sebastiana, as companheiras de quarto, a rezar seus terços. Aos 92 anos, Santinha nem liga. Era Dulcelina Maria Corrêa 78 anos atrás, quando entrou na casa para engomar camisas. Tinha 14 anos, ainda brincava de roda. Aconteceu de ficar ali a vida toda, dentro daqueles muros, na companhia muito ilustre do visconde em suas várias poses de bronze. Amou o carpinteiro Joel enquanto ele erguia mais uns pavilhões da instituição, casou-se na capela revestida por azulejos da Bélgica sob as vistas de São Luiz, o rei dito santo da França, perdeu a virgindade e dois dos três filhos sob aquele teto vetusto, levou a terceira filha, de nome Maria Luiza, ao altar, velou o marido e por fim, um belo dia, ficou velha.

A juventude roubada

Laurentina de Jesus é rebento dessa gênese. Um fiapo de gente com a pele rasgada pela seca como o sertão baiano, de onde veio. “Meu plano foi uma coisa delicada que Deus me deu. Estava traçado aqui, nesta casa, o lugar onde eu seria feliz”, diz. “Fui parida em Amargosa, trabalhava na roça que nem homem. Um dia me levaram para o Rio de Janeiro e segui trabalhando sem ganhar um tostão. Fui para outra casa e também nunca me pagaram. Tinha até a idéia de me matar, mas então rezei e Deus me deu esta casa. Desde então, sou feliz.”

Laurentina não perde nem passeio nem festa, nenhum dos programas da casa. Tudo conheceu depois de velha, do sossego às areias da praia. Aos 84 anos, só não chegou ao Pão de Açúcar porque na hora lhe falhou coragem para saltar no bondinho. Dela tiraram quase tudo, até mesmo o cabelo, seu único enfeite, que uma patroa decepou para transformar em peruca. Nem sequer votou na vida, já que ficou desconhecida das letras e ninguém fez o favor de lhe contar que podia assinar com o dedo.

Sobre a cama mulheres como Laurentina acomodam os primeiros brinquedos de sua existência, a ironia dessas bonecas tão tardias que se atrasaram na meninice e só chegaram no fim da vida. Esse simulacro das filhas que não tiveram, ocupadas demais que estavam para criar as do senhor. “Criei os filhos e netos de meu patrão, quando entrei lá o menino era pequenininho. Quando saí já era casado. Tenho saudade dele, queria que viesse me visitar”, conta Amália Bernardina Gomes, aos 91 anos. “Tudo que era dinheirinho que eu ganhava dava para o patrão depositar na poupança. Quando já tinha um lucrinho gordo, ele me botou no carro e me deixou aqui. Meu sonho era vir para o asilo, não tenho ninguém por mim. Nem visita tenho, meu único parente é Deus.” Passa os dias, Amália, também ela sertaneja, a fantasiar a maternidade perdida. Toma conta de Denise, a boneca – também velha – que alguém lhe deu. “Oi, minha filha, mamãe está aqui!”, cumprimenta, toda ela desvelo, mulher que já nasceu surda-muda de queixas. “Graças a Deus não tenho o que dizer. Minha vida foi muito boa. Nasci para morrer.”

O dia seguinte

Manoel Matias, de 86 anos, e Maria Socorro

Ela foi doméstica, ele empregado de armazém. Sem filhos, chegaram à casa há nove anos levados por sobrinhos. Pela primeira vez dormiriam separados, cada um no dormitório coletivo de seu sexo. Havia dividido privações e sonhos não realizados. Resistiram porque se amavam. Maria morreu em maio, aos 94 anos. Manoel ainda espera

A casa anoitece antes do mundo, às 17 horas, a sopa anunciando o toque de recolher. O silêncio desaba e logo o portão de ferro se fecha. Em seu passo arrastado os moradores lentamente vão se recolhendo aos quartos para tecer suas colchas de solidão. Deitados em suas camas fingem dormir, essa longa insônia que é a velhice.

No escuro, sentada numa cadeira de balanço, poucos sabem, mas Maria de Lourdes Silva, de 64 anos, espera. Pegou para si a tarefa de acender as luzes dos jardins. Às 5 horas, na madrugada, estará no mesmo lugar. Desta vez para apagá-las. A lavadeira Lourdinha talvez não saiba da importância de sua missão, guardiã que é da continuidade da vida na casa dos velhos.

“Não se assuste”, tranquiliza Noêmia. “De noite as enfermeiras entram a toda hora no quarto da gente. Mas é só para ver se estamos bem.” Ela foi instalada na casa depois de uma reunião com ata e tudo lavrada pelos sete filhos após concluírem que andava impossível. Alucinada pela solidão, chegou ao requinte de maquinar roteiros de terror para ganhar visitas e atenção. Como no dia em que ligou agonizante para avisar que havia sido agredida pela empregada. E lá estava ela estirada no chão com o peito ensangüentado de massa de tomate.

Antes de dormir, ainda convence uma boa alma a levá-la até o telefone. Com a lista nas mãos, liga para todos os filhos e mais alguns netos para lembrá-los pela enésima vez que está de mala pronta. “Não me conformo de ficar aqui, olhando para o nada”, esperneia. Depois, entra no apartamento, reclama que não tem mais nem a chave da porta e, em desconfiado silêncio, confere se sua fortuna continua a salvo debaixo do colchão. Não sabe que as notas verdinhas que garantiram seu poder em vida foram tiradas do brinquedo Banco Imobiliário do neto.

Protegidos em seus quartos, os moradores enganam a todos. Resistem. Deitado na cama, Paulo chega a chorar de riso. Abafa com gargalhadas as dores de uma vizinha que liga as horas por interlúdios de gemidos. Lembra-se das molecagens que fez na juventude. Depois, banhado em lágrimas, emenda um sonho no outro. Com sorte, tem “sonhos eróticos com a doutora Gisele, com a doutora Ana Lúcia, com a Soraia fisioterapeuta...”

Maria Prado só dorme com remédios. Todo dia se apronta para acordar em outro mundo. Absolutamente tranqüila: “Com 101 anos, chego à conclusão de que não tenho nada para me

vangloriar, nada para me envergonhar”. Até hoje nada. Abre os olhos e lá está ela entre as mesmas paredes, com o jornal na porta. “Onde andará esse Bin Laden?”, investiga, então, sem nada mais interessante para fazer. “Pelo menos que eu me acabe antes do mundo!”

Em outro pavilhão, Vicente Amorim só apaga os olhos depois de conferir o pregão. “Não mando mais em meu dinheiro, mas não consigo dormir sem esperar o resultado da bolsa”, surpreende-se com ele mesmo. Rosa Bela vigia. Sobre a cama outra moradora mistura bemóis com gemidos. “Você percebeu o que ela faz?”, atormenta-se. “Faz a própria melodia. Canta uma canção de ninar para si mesma. Ouço de meu quarto e isso me bota quase maluca.” Rosa se ergue, estende as mãos no interlúdio do corredor deserto, os olhos queimam e ela canta como quem pirografa. Abafa a dor da outra com o som de um amor antigo. Depois submerge no quarto para emergir com o sol. *Here is a new day for you and you take it and like it!* (Eis um novo dia para você, pegue-o e goste). E imediatamente troca todos os móveis de lugar.

De costas para os companheiros, Noêmia empreende o caminho de volta. Por hora, venceu a queda-de-braço. Uma filha a resgatou. Atravessa o portão de ferro, a vida inteira espremida numa mala de mão.

ANEXO II

Mente aberta

Atualizado em 11/11/2008 – 19:08

Na minha mala de mão, um pedido de desculpas

Eliane Brum

“A vida inteira espremida numa mala de mão” é minha frase preferida entre todas que escrevi nesta vida de jornalista. É uma imagem simples – e exata. Ela contém a reportagem inteira, resume uma história que precisou de quase 10 mil palavras para ser contada. Essa frase espreme vinte anos de reportagem numa mala de mão. Mas também um pouco mais: um pedido de desculpas.

A Casa de Velhos é uma de minhas reportagens preferidas – e é a que mais me dói. Ainda hoje ela dói muito. Porque errei feio.

Eu perambulei por vários asilos em São Paulo. Não gosto de eufemismos como casa de repouso e afins, assim como não gosto de idosos, terceira idade, melhor idade. No caso da velhice, eufemismos e diminutivos me parecem uma indignidade, não se viveu tanto para ser reduzido a “inho”. Mas perambulei por asilos pobres, chiques, de todos os tipos. Então os colegas da sucursal do Rio de Janeiro me sugeriram essa casa. Fiz uma ponte aérea para conhecê-la e soube de imediato que minha busca acabava naquele portão de ferro que descobriria tão trágico.

A casa abrigava todas as classes sociais – e por conseqüência todos os conflitos. Fui muito bem recebida, e a idéia de passar uma semana lá foi acolhida com entusiasmo. A revista pagou minha hospedagem como a de qualquer inquilino. Eu tinha um apartamento individual na ala dos pagantes. E hoje penso que deveria ter passado algumas noites também no dormitório coletivo. Mas hoje eu sei mais do que ontem.

Me internei. E logo fui tomada pelo peso daquelas paredes, me senti desligada do mundo lá fora. Eu tenho essa característica. Me desligo, me adapto com facilidade aos lugares para onde vou – seja uma barraca no garimpo, um puxadinho de favela ou um quarto num asilo. Gosto de saber que tenho uma casa para voltar, mas me sinto profundamente no meu lugar fora de lugar. E quando volto para casa – e eu adoro a minha casa – tenho dificuldades para me adaptar por causa da intensidade da entrega.

Foi assim no asilo. Logo eu esperava com ansiedade as refeições, como todos ali. E ansiava por todas as rotinas. A passagem de tempo marcada por acontecimentos repetitivos era o que dava concretude à vida ali. Não fosse essa agenda, acho que me perderia numa sensação de sonho que senti desde que botei o pé no lado de dentro do portão. Era o relógio que me fazia sentir viva – e desperta. Como meus companheiros de estadia ansiavam por visitas, eu ansiava pela chegada da fotógrafa Mirian Fichtner. Era ela que me lembrava que eu pertencia ao mundo depois do portão.

Tive a imensa sorte de ter dona Noêmia por vizinha. Chegamos quase ao mesmo tempo e logo nos adotamos mutuamente. Sua decisão de partir exigia que não se relacionasse com os outros moradores. Ela não poderia se identificar com eles se quisesse sair. Havia decidido se manter estrangeira àquele mundo, estava ali de visita, num turismo compulsório que considerava de muito mau gosto. E, como eu era a única que estava apenas de passagem, era também sua única possibilidade de amizade. Para ela, éramos uma dupla trabalhando nas sombras pela resistência. E pela nossa fuga.

Juntas assistimos a orgias felinas nos telhados depois que as luzes se apagavam. e tive o privilégio de conferir com ela a cada noite a fortuna feita de dinheiro de brinquedo, escondida por dona Noêmia debaixo do colchão. Fui também sua cúmplice no terrorismo aos familiares: era eu quem fazia as ligações no orelhão para que ela pudesse pedir para ir embora. No início era dona Noêmia quem batia na minha porta. Depois fui eu quem passou a bater na dela.

Não consigo lembrar qual de nós duas saiu primeiro. Mas só nós saímos. E tenho saudades dela até hoje – e um pouco de dó dos seus filhos. Quando finalmente deixei aquela casa de velhos, senti culpa por sair. Parecia uma traição. E tive um estranhamento quase absurdo do mundo de fora. Uma parte de mim queria voltar para a segurança das horas imutáveis.

Não foi fácil escrever essa reportagem. Em geral eu sento e escrevo, tenho a sensação de que a matéria já estava escrita dentro de mim. E em geral é assim mesmo: eu escrevo primeiro dentro de mim, ao longo dos dias de apuração, quando estou acordada e quando estou dormindo. Costumo dizer que fico grávida da matéria, o que altera meu humor e meu metabolismo. Não é fácil me agüentar dentro de casa nesses dias de gestação de reportagem. Fico quieta, sorumbática. Passo uma semana num asilo ou vinte dias no meio do mato e quando volto não conto nada. Respondo às perguntas que me fazem com um olhar vago. Só consigo falar depois do parto do texto. Um comportamento encantador para quem convive comigo, como se pode imaginar.

Escrever, para mim, é um ato físico, carnal. Quem me conhece sabe a literalidade com que vivo. E, principalmente, a literalidade com que escrevo. Eu sou o que escrevo. E não é uma imagem retórica. Eu sinto como se cada palavra, escrita dentro do meu corpo com sangue, fluidos, nervos, fosse de sangue, fluidos, nervos. Quando o texto vira palavra escrita, código na tela de um computador, continua sendo carne minha. Sinto dor física, real e concreta, nesse parto. Sou tomada por essa experiência. E tenho vinte anos de jornalismo e vinte anos de briga com editores que não compreendem por que eu sangro um pouco em cada vírgula arrancada – ou colocada. E antes que alguém fique tendo idéias, sim, eu tenho uma larga estadia em divãs de psicanalistas.

Não acho que seja fácil para um editor compreender essa relação. E concordo que há repórteres bem mais fáceis de trabalhar, que não se importam que seus textos sejam reescritos por inteiro. Mas eu não sou um desses repórteres. E pago o preço por isso. E é um preço alto. Tenho uma boa relação apenas com editores que compreendem que a melhor forma de lidar comigo é me perguntar se tal palavra não poderia estar sobrando ou tal imagem não seria um pouco exagerada. Se me perguntam antes de me “tocar”, com respeito e pedindo licença, eu sou bem meiga.

É curioso porque eu quase não escuto música. E quando há música tocando, exceto quando danço, me desligo e paro de escutar. Mas escrevo como se fosse música. As palavras para mim obedecem a uma composição imaginária, seguem uma melodia, eu tento arranjos diferentes. Fico atenta para não usar os truques melódicos de sempre, me desafio, faço repentinos comigo mesma. E, quando alguém mexe no meu texto, eu ouço e ele desafina. E dói no ouvido.

As pessoas se surpreendem porque eu percebo de imediato uma vírgula colocada por outro. É porque muda o ritmo, a vírgula entra como um si bemol fora de hora, atravessando o samba, bolero ou (pretensão e água benta é de graça) a minha sinfonia. As palavras que escolho não são qualquer nota. E não, não me acho Mozart, mas esse é o jeito que eu gosto de tocar a música da minha vida.

Explico tudo isso para que seja possível compreender o que aconteceu com essa reportagem. Meu texto tinha de levar o leitor para dentro de uma casa em que a maioria prefere não entrar nem de visita. Todas as vozes precisavam soar, mas não uma de cada vez. Precisavam entrar como instrumentos mesmo de uma orquestra, na desordem de uma rotina só na aparência sob controle. As pequenas insurreições tinham de aparecer como na vida, imiscuindo-se no cotidiano da casa. E eu precisava mostrar o que era estar ali, a tristeza e a graça de estar ali, com a quantidade real de drama e de comédia.

Sem pena, sem pieguices, sem reduções. E, principalmente, sem romper com a minha reportagem o equilíbrio precário da vida ali. Não era fácil para eles se olhar no espelho. Não é fácil para ninguém, muito menos para um velho num asilo. E minha reportagem seria esse espelho. E eu a dona do espelho.

Foi aí que eu errei. Nenhuma reportagem é mais importante que uma pessoa. Nós sempre temos de dar para cada um que nos honra com a história de sua vida a explicação clara, honesta, de que isso vai ser contado para milhões de pessoas, vai se transformar em documento. As pessoas sabem que vai ser publicado, mas não sabem o que isso significa. É nossa obrigação dar a elas a dimensão exata do que a matéria pode causar na sua vida no momento em que a revista estiver na banca.

Não estou me referindo a revelações que colocam existências em risco, esses casos são óbvios, ninguém tem dúvida do que é o certo a fazer. Estou falando de informações mais prosaicas, mas que podem tornar a pessoa triste, constrangê-la diante da família ou dos vizinhos. Eu já perdi, algumas vezes, as melhores aspás de uma matéria em nome desse cuidado fundamental com o outro. Mas resvalei nessa reportagem.

Eles sabiam exatamente que eu era jornalista, que suas entrevistas e fotos seriam publicadas na *Época*. Mas saber às vezes não é saber. E eu deveria ter lembrado disso. O gravador estava diante deles e cada palavra foi reproduzida como foi dita – e no seu contexto. Mas não foi o suficiente. Eu era um grande ouvido, rompendo uma rotina que a maioria achava tediosa, disposta a escutá-los por horas num momento de suas vidas em que ninguém mais quer ouvi-los.

Eu era a encarnação de um desejo: alguém disposto a ouvir a vida deles, a escutar sobre uma vida considerada tão descartável que foi confinada num asilo. Diante de mim – e do que eu

representava naquele momento –, cada um deles cometeu muitas inconfidências consigo mesmo. E eu não os poupei. Não os protegi. Falhei.

A composição dessa reportagem foi delicada, escrevi e reescrevi várias vezes. Sofri. E quando todo o processo acabou eu estava dilacerada. Mas acredito que alguns deles estavam bem mais do que eu. Eu levei sua voz ao mundo de fora, mas os expus. Eu os tratei como personagens de ficção, não como gente real. Eles se ouviram falando de sonhos eróticos, de ardores noturnos, de confinamento. E tiveram de viver com isso.

Não sei na realidade como isso foi vivido dentro da casa, porque não consegui perguntar. Liguei uma vez e ouvi que alguns estavam constrangidos. Depois escrevi para a assistente social, mas não recebi resposta. Imaginei que o silêncio era causado pela mágoa, pela confiança traída. E não fiz o que tinha de fazer. Pegar a mesma ponte aérea que havia me levado até lá, entrar pelo portão de ferro e ouvi-los. Não sobre a sua vida, mas sobre o que o meu trabalho causou à vida deles. Em resumo, fui covarde.

Como escrevi no início do texto, acho que essa é uma de minhas melhores reportagens. Foi um dos retratos mais exatos que eu consegui fazer de uma experiência. O texto é a tradução do que eu vi, ouvi e vivi. Mas ao mesmo tempo essa é a pior reportagem deste livro porque eu magoei as pessoas que confiaram em mim. E, nesse sentido, fui uma má jornalista, uma má pessoa. Essa reportagem é, ao mesmo tempo, o melhor e o pior de mim.

Então, com sete anos de atraso, peço desculpas a Paulo, Fermelinda, Rosa, Santinha, Vicente, Rossi, Laurentina, Aurea, Joaquim, Sandra, Guilherme, Maria, Rosa Bela, Robert, Mariluz, Fernando, Adyr, Gabriela, Manoel, Sebastiana, Amália, Lourdinha, todos. E até a você, minha amiga Noêmia. Perdão. Também eu um dia estarei diante do portão de ferro. E já carrego essa traição e essa covardia espremidas na minha mala de mão.

ANEXO III

À espera da estadista?

Até agora a reação da presidente Dilma Rousseff aos protestos só contribuiu para gerar mais atrito. Ela saberá sair da maior crise de seu governo?

COM LEANDRO LOYOLA, MARCELO ROCHA, MURILO RAMOS E FLÁVIA TAVARES (DE BRASÍLIA); FELIPE PATURY, JOSÉ FUCS E ALBERTO BOMBIG (DE SÃO PAULO)

01/07/2013 18h13 - Atualizado em 07/08/2013 15h29



PRESSIONADA

O estilo de governo e a personalidade de Dilma a afastaram do Congresso, das ruas e até do próprio PT. Sua reeleição está em risco? (Foto: Roberto Stuckert Filho/PR)

Na manhã da última quarta-feira, num dos muitos encontros políticos do “pacto nacional” que prometera na TV dias antes, a presidente Dilma Rousseff aceitou receber para uma conversa, no Palácio do Planalto, os presidentes das principais centrais sindicais do país. Não houve papo. Dilma defendeu, por 40 minutos ininterruptos, a proposta que sacudira o Brasil nos últimos dias: uma reforma política com participação popular. Em seguida, determinou que cada convidado teria apenas dez minutos para dizer o que pensava – mas nem tanto. Wágner Freitas, presidente da CUT, central ligada ao PT, queria falar. Até tentou, mas foi interrompido algumas vezes por Dilma. No momento em que Dilma parecia hostilizar qualquer contribuição que destoasse do que ela, na verdade, já decidira, era inevitável para

alguns dos presentes lembrar o pobre sindicalista Artur Henrique, ex-presidente da CUT. Em maio do ano passado, numa das raras vezes em que Dilma pediu a opinião dos sindicalistas para qualquer coisa, Henrique ousara criticar uma medida do governo. “Você está falando besteira, cala a boca!”, disse Dilma.

Desta vez, não houve grosseria. Mas sobrou rispidez – e constrangimento. No meio da reunião, um participante quis ir ao banheiro ao lado da sala, no 3o andar do Planalto. Um segurança aproximou-se, meio sem graça: “Amigo, não usa esse banheiro, vai no lá de baixo”. O sindicalista quis saber por quê. “É que, quando dá descarga, a presidenta fica muito brava com o barulho”, disse o segurança. À medida que a reunião transcorria, quando algum sindicalista ia ao banheiro, outro soltava a piada baixinho: “Ela vai meter o braço em você...”. Não demorou para que Dilma interrompesse a conversa. “Meu tempo acabou, meu tempo acabou, não dá mais para vocês falarem”, disse. A reunião durara menos de duas horas. Os sindicalistas saíram do gabinete presidencial convencidos de que Dilma os despreza. Saíram, também, sem entusiasmo por qualquer pacto – e sem vontade de voltar.

A personalidade de Dilma – a caminho de completar seu terceiro ano de mandato, com dez de Brasília nas costas e metida na mais grave crise política brasileira desde o mensalão – tornou-se um problema para o país. Não apenas por causa dos abundantes episódios de rispidez com políticos e subordinados – mas, sobretudo, porque esses episódios revelam uma presidente inflexível, aparentemente incapaz de se curvar ao erro, mesmo quando confrontada com as vozes das ruas, que agora chegam a poucos metros do Planalto. Revelam uma tecnocrata obstinada, não uma estadista consciente de que, para liderar o país num momento de crise, é preciso genuinamente buscar o diálogo não apenas com a população, mas também com todas as forças políticas que compõem a democracia brasileira. Se o Brasil estivesse no rumo certo, as inquebrantáveis convicções de Dilma – nas opções de política econômica, na centralização obsessiva da gestão do governo, no desprezo pelos políticos – poderiam ser consideradas corretas. Mas o Brasil está no rumo certo? Não há maquiagem na propaganda oficial que consiga camuflar os problemas no governo, apesar de os gastos com esse quesito estarem em alta no Planalto (de acordo com o jornal *Folha de S.Paulo*, as despesas com o visual da presidente subiram 681% desde dezembro de 2012 e somam R\$ 3.125 a cada aparição de TV em cadeia nacional).

A aprovação de Dilma entrou em parafuso depois que as manifestações começaram. Um dos registros é do instituto Ideia, ligado a marqueteiros que trabalham para a oposição. Antes das manifestações, 72% dos entrevistados consideravam o governo Dilma bom ou ótimo. Agora, são 46%. Houve impacto também na intenção de voto. Há duas semanas, Dilma tinha 54%. Caiu para 44%. Marina Silva (Rede) ganhou 4 pontos percentuais e foi para 24%. Aécio Neves (PSDB) somou mais 2 e foi para 20%. Eduardo Campos (PSB) tem 5%. A avaliação de governadores e prefeitos de capitais caiu 30 pontos, em média. Levantamentos feitos nos Estados por outros institutos também mostram o derretimento dos governantes. Dados em mãos do PT baiano a colocam no patamar dos 30 pontos. No Amazonas, ela ficou com 32. Esses números começam a lançar sementes de dúvidas sobre sua reeleição e impõem a necessidade de mudança em seu comportamento para recobrar o rumo político. Mas, sem reconhecer erros, será possível mudar?



O ÚLTIMO E O PRIMEIRO

O vice-presidente, Michel Temer (*na foto de cima, à esq. de Dilma*), foi surpreendido pelo pronunciamento da presidente, e Aloizio Mercadante (*na foto de baixo*) se tornou uma espécie de primeiro-ministro da crise (Fotos: Andre Dusek/Estadão Conteúdo e Joel Rodrigues/Frame/Folhapress)

O atabalhoamento político de Dilma desde o começo dos protestos revela suas dificuldades para compreender a mensagem das ruas. Primeiro, demorou a falar ao país, quando todos os brasileiros, políticos ou não, buscavam nela as respostas – o ônus da liderança num regime presidencialista, sobretudo num país acostumado, mal ou bem, a enxergar o poder na cúpula

do Executivo. Quando Dilma finalmente falou, na noite da sexta-feira, dia 21, um dia após o auge dos protestos, falou mais como gestora e menos como presidente. Reconheceu, claro, o direito da população de ir às ruas, assim como o dever do Estado de garantir a ordem pública, coibir a depredação e o vandalismo. Não houve, porém, nenhum ato de contrição, nem reconhecimento de qualquer tipo de responsabilidade de seu governo pelo descontentamento popular. Para surpresa de muitos, disse que não havia dinheiro público nos gastos com a Copa de 2014, apesar dos fartos financiamentos do BNDES, com recursos do Tesouro, para construir estádios. Num longo discurso, Dilma, aconselhada pelo marqueteiro João Santana, vendeu como algo novo ações que seu governo já lançara, como a contratação de médicos estrangeiros. Será essa a principal resposta da presidente da República para os imensos problemas no país?

“Ficamos todos assustados com a magnitude das manifestações, sem saber como reagir, inclusive a presidenta”, diz um ministro próximo de Dilma. No fim de semana após o pronunciamento, Dilma convocou, ao Palácio da Alvorada, assessores e ministros próximos, para discutir como reagir aos protestos. Nasceu ali a ideia de propor um plebiscito para a população decidir se convocaria uma Assembleia Constituinte exclusiva para a reforma política.

A proposta era antiga. O PT a defendia havia anos, assim como alguns juristas. A ideia parte de uma premissa verdadeira: os políticos no Congresso nunca farão uma reforma política profunda, pois ela afetaria seus interesses de tal maneira que significaria a morte política de muitos. Não é à toa que se fala há tanto tempo em reforma política, e mesmo parlamentares bem articulados falham amiúde na tentativa de obter consenso para botá-la na pauta do Congresso. Mas a fórmula – uma Constituinte específica – assusta. Muitos juristas consideram legítima apenas a Constituinte convocada, em momentos de revolução ou mudança de ordem institucional, para elaborar por completo uma nova Constituição. Se, juridicamente, a proposta é discutível, politicamente foi “uma barbeiragem”, nas palavras atribuídas ao ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva – e depois negadas. A proposta foi vista como tentativa de atropelar o Congresso em suas funções legislativas e abrir uma brecha que poderia rapidamente se transformar numa voçoroca institucional, por onde poderia passar todo tipo de golpismo.



MEDO DAS RUAS

Após a pressão popular, senadores (foto de cima) trabalharam durante jogo da Seleção e deputados festejaram a rejeição da emenda que reduzia o poder dos promotores e era alvo dos protestos nas ruas (foto de baixo) (Fotos: Pedro Ladeira/Folhapress e Sérgio Lima/Folhapress)

Até a hora do almoço da segunda-feira, apenas seis pessoas sabiam da barbearagem – e nenhuma, ao que se sabe, alertara Dilma para o desatino. Nem mesmo o vice-presidente, Michel Temer, um constitucionalista, sabia o que aconteceria. “A presidenta não confia no Temer. Aliás, não confia em ninguém do PMDB”, diz outro ministro petista. A dificuldade de Dilma em confiar foi forjada, segundo assessores e ministros, em seus tempos de guerrilheira,

durante a ditadura. Eram tempos em que confiar na pessoa errada significava cadeia, tortura e até morte. Os tempos hoje são outros, especialmente nestas tempestuosas semanas de junho. É preciso confiar nas pessoas – ao menos em algumas. Se Dilma não confia sequer no vice, como esperar que a população confie nela?

No começo da semana, enquanto as ruas aos poucos esvaziavam, os palácios enchiam. Estava tudo pronto para a barbearagem. Como dissera no discurso da sexta-feira, Dilma se reuniu com governadores e prefeitos no Palácio do Planalto, à tarde. Os políticos esperavam uma conversa franca. Foram surpreendidos. Primeiro, porque Dilma recebeu os governadores Geraldo Alckmin (São Paulo), Antonio Anastasia (Minas Gerais), Cid Gomes (Ceará) e Campos (Pernambuco) em separado, antes dos outros. Depois, todos foram enfileirados, entraram e se sentaram na enorme sala de reuniões do Planalto. Ficaram surpresos quando Dilma, diante de uma equipe da estatal TV Brasil, fez um pronunciamento ao vivo para o país. Ela anunciou mais quatro pactos (responsabilidade fiscal e controle da inflação, saúde, educação e transportes públicos), além da ideia do plebiscito para convocar a Constituinte para a reforma política. Após o pronunciamento, a TV Brasil desligou as câmeras e se retirou. Foi então que Dilma começou a conversa. Governadores e prefeitos se sentiram como uma claque. Diante do clima político, ninguém ali poderia discordar dos “pactos”. Num só movimento, Dilma quebrou a confiança de 27 governadores e 26 prefeitos.

Fora da reunião e de Brasília, por estar em viagem ao seu Estado, o Rio Grande do Norte, o presidente da Câmara, deputado Henrique Alves (PMDB), reagiu com estupefação ao descobrir, lendo no seu iPad, a proposta do plebiscito. “Mas isso não é possível! Não é possível!”, repetia, quase aos gritos. Ele abreviou a viagem e pegou imediatamente um voo para Brasília. O Congresso, tanto a base aliada como a oposição, reagiu como Alves: com incredulidade. Nem tanto pela ousadia da proposta, quanto por não terem sido consultados. Se a substância já era temerária, a forma como Dilma a anunciou dera um xeque no Congresso. Ela assumira a liderança da reação política aos protestos. Enquadrara não somente o restante do Executivo – mas também o Legislativo. “Dilma botou o bode na sala do Congresso”, diz um dos articuladores do governo.

A cúpula do PMDB, que equivale à cúpula do Congresso, reuniu-se, na noite da segunda-feira, no Palácio do Jaburu, a residência oficial do vice Temer, para tentar sacrificar logo esse bode. Entre as 20 horas e a 1 hora da manhã, Temer recebeu Alves, o ministro Moreira Franco, o presidente do Senado, Renan Calheiros, os senadores José Sarney e Eunício Oliveira, o líder do PMDB na Câmara, Eduardo Cunha, e a governadora do Maranhão, Roseana Sarney. Eles passaram a noite espinafando Dilma. “O que vim fazer aqui?”, disse Roseana. Durante o jantar, o ministro da Educação, Aloizio Mercadante – que largara os assuntos de sua Pasta para assumir a articulação política, num papel semelhante ao de um primeiro-ministro –, ligou duas vezes para Alves, que não queria falar com Mercadante. Nas duas vezes, o ajudante de ordens de Temer trouxe o telefone. Alves atendeu – e derrubou a ligação. Estava enfurecido. Na reunião, decidiu-se que Câmara e Senado agiriam rapidamente, de acordo com a pauta das ruas. Ofereceriam o bode ao público.

OS TEMAS DA REFORMA POLÍTICA

As principais mudanças que podem ocorrer se o sistema for – finalmente – modificado

1 FINANCIAMENTO DE CAMPANHA

COMO É: recursos públicos e doações privadas, de pessoas físicas e empresas, sustentam as campanhas eleitorais hoje

COMO PODE FICAR: há projetos para manter o sistema atual, com a proibição das doações de empresas. Há projetos para proibir todas as doações privadas e tornar as campanhas sustentadas apenas por dinheiro público

2 SISTEMA ELEITORAL

COMO É: vigora o sistema de lista aberta, por Estado. Os brasileiros votam nos candidatos e nos partidos. Cada partido pode ter quantos candidatos quiser por Estado

COMO PODE FICAR: pode ser criado o voto em lista fechada. Os partidos definem uma lista de candidatos, e o eleitor vota no partido, sem direito de escolher os candidatos individualmente. Quanto mais votos o partido receber, mais candidatos da lista são eleitos. Há também o sistema de lista aberta, em que os eleitores podem mudar a ordem dos nomes na lista. Se for criado o voto distrital, o país seria dividido em distritos, no mesmo número de parlamentares, e cada partido poderia ter um candidato em cada distrito. Apenas um seria eleito por distrito

3 COLIGAÇÕES

COMO É: os partidos podem se unir em coligações, para aumentar o tempo a que têm direito na propaganda eleitoral no rádio e na TV. Com isso, partidos pequenos podem “vender” sua participação em coligações. Graças às coligações, se um candidato recebe muitos votos, ajuda a eleger outros de seu partido ou outro da coligação

COMO PODE FICAR: há propostas para proibir as coligações nas eleições proporcionais. Acabariam os partidos de aluguel e a possibilidade de o candidato de um partido eleger outro, de partido diferente

4 CALENDÁRIO ELEITORAL

COMO É: as eleições ocorrem a cada dois anos. Vota-se para presidente, governador, deputados e senadores num ano e para prefeitos e vereadores dois anos depois

COMO PODE FICAR: o calendário pode ser unificado para fazer coincidir os pleitos. Haveria eleições apenas a cada quatro anos

Sem diálogo com Alves, Mercadante conseguiu conversar com Temer – que bombardeou a Constituinte. Para Temer, com uma Constituinte, o sistema político-eleitoral só poderia ser reformado para a eleição de 2018. O Planalto percebeu então que cometera um erro. Na manhã da terça-feira, Dilma recebeu Temer em seu gabinete e ouviu dele que a coisa mais correta e rápida seria convocar um plebiscito sobre pontos específicos da reforma política, como financiamento de campanha ou sistema de votação. Dilma capitulou. A partir dali, o governo abandonou a ideia da Constituinte e passou a falar apenas em plebiscito. Mas, mesmo depois de dizer que mudou de ideia, Dilma mandou dizer que não mudou. O presidente da Ordem dos Advogados do Brasil (OAB) disse a jornalistas que Dilma mudara de ideia, no que um ministro disse aos repórteres que não, no que outra ministra tentou dizer que não era bem assim... Estava evidente: o governo Dilma não sabia como reagir à presidente Dilma.

Ainda na terça-feira de manhã, o Congresso bufava contra ela. No Senado e na Câmara, as reuniões ferviam. “Se é para botar para quebrar, a gente também bota para quebrar”, disse o líder do PMDB, Eduardo Cunha, num encontro na residência oficial da Presidência da Câmara. E botaram. Em poucas horas, Brasília trabalhou como havia muito não se via. Como pediam as ruas, a Câmara derrubou a PEC 37, aquela que diminuiria o poder de investigação do Ministério Público e que, até então, tinha grandes chances de ser aprovada. Aprovou o projeto que destina royalties do petróleo a educação e saúde. Aprovou, numa comissão, o fim do voto secreto em processos de cassação de parlamentares. O Senado diminuiu impostos, cortou gastos com a Copa e aprovou o projeto que transforma a corrupção em crime hediondo. Há, ainda, uma penca de bondades prometidas para as próximas semanas.

Apesar da irritação dos aliados com o governo, eles terminaram a semana fazendo promessas públicas de que se empenharão em levar ainda adiante a ideia do plebiscito. As dúvidas sobre como colocá-lo em pé ainda neste ano, como quer o governo, são imensas. Que pontos serão incluídos? Constará o fim da reeleição para os cargos executivos, como maliciosamente propôs o presidente do PTB, Benito Gama, numa reunião no Planalto, para surpresa da presidente Dilma? As novas regras valerão para 2014, como quer o PT, ou ficarão para as próximas eleições? Como explicar, para a população, temas complexos como voto proporcional, voto distrital puro e misto ou voto em lista fechada? O cardápio de uma reforma política tende ao infinito e, diante da forma descontraída como o governo dialoga com o Congresso e os partidos, a definição das questões do plebiscito será mais uma árdua negociação, repleta de conflitos.

Por causa do estilo de Dilma, essa tem sido a rotina de seu governo desde o início, apesar de, no papel, ele ter a maior base de sustentação parlamentar desde a redemocratização. Logo no seu começo, período em que os políticos normalmente estão em lua de mel com o presidente, o governo penou para conciliar as reivindicações de ruralistas e ambientalistas e passar pelo Congresso o novo Código Florestal. Ele só foi aprovado depois de meses de negociações arrastadas. O mesmo ocorreu recentemente com o novo marco regulatório dos portos – aprovado no último dia antes da expiração da medida provisória que o editara, depois de um desgastante embate do governo com forças comandadas pelo próprio líder do PMDB, Eduardo Cunha.

Os políticos se queixam de que falta interlocução no Planalto. Mesmo os petistas não enxergam nas ministras Gleisi Hoffmann, da Casa Civil, e Ideli Salvatti, das Relações Institucionais, representatividade para negociar com o Congresso. Gleisi e Ideli assumiram os

cargos na esteira da “faxina”, promovida por Dilma em 2011 na Esplanada dos Ministérios para afastar ministros sob suspeita de irregularidades. Ambas são apontadas como lideranças apenas regionais. Nesse vácuo, quem assumiu a interlocução política foi o ministro Mercadante. Tão importante quanto ele é o marqueteiro João Santana, que age como se ocupasse uma cadeira no ministério.

Durante a crise recente, as portas do Planalto foram reabertas também para o jornalista Franklin Martins. Ex-ministro da Comunicação Social do governo Lula, Martins perdera espaço com Dilma e iniciara uma carreira de consultor privado. No dia 18 de junho, foi chamado para uma reunião de emergência em São Paulo, para discutir as manifestações de rua. Dela participaram Dilma, Lula, o prefeito de São Paulo, Fernando Haddad, Mercadante e Santana. Na manhã da segunda-feira, Martins trancou-se no Planalto com Dilma, Santana e Mercadante para dar a versão final ao discurso que ela fez na reunião com governadores e prefeitos. Ele foi um dos principais defensores da ideia de convocar um plebiscito para fazer a reforma política.

Por mais que o governo tente se cercar de marqueteiros e mudar de assunto, a raiz do descontentamento do brasileiro está clara: a situação da nossa economia desandou. A partir dos pibinhos de 2011 e 2012, as expectativas dos empresários e dos consumidores, que já vinham em queda, deterioraram-se ainda mais. Antes mesmo do início das manifestações, era nítida a preocupação dos brasileiros com a volta da inflação. Não é à toa que o estopim das revoltas foi o aumento nas tarifas de ônibus. “No caso dos transportes urbanos, melhor seria se tivessem feito ajustes escalonados em vez de aumentos pesados de uma só vez. Isso alarmou a população”, afirma o economista Eduardo Giannetti, do Insper.

A pedido de ÉPOCA, o IBGE fez um levantamento sobre a evolução de três grupos de despesas que mais impactaram o bolso dos brasileiros entre maio de 2003 e maio de 2013 e levaram parte dos manifestantes às ruas. Os gastos com transportes urbanos subiram 113%. Os planos de saúde tiveram alta de 135,9%. As despesas com educação aumentaram 111,2%. Nesse mesmo período, a inflação acumulada foi de 81%. O nível de endividamento da população é outro indicador econômico que desperta atenção. Uma pesquisa divulgada pelo Banco Central na semana passada mostra que as famílias comprometem 44,2% da renda com dívidas, e os números têm piorado nos últimos anos. A facilidade na obtenção do crédito criou um efeito perverso. Com mais dívidas, a sensação de aperto financeiro ficou mais constante. “Desde 2012, as classes C, D e E não contam mais com renda extra para comprar novos produtos. Agora estão concentradas em pagar as dívidas e substituir os bens existentes”, afirmam o diretor de mercados emergentes do Eurasia Group, Christopher Garman, e o diretor do Instituto Ipsos, Clifford Young, em artigo publicado na agência Reuters. Segundo eles, é por isso que o maior contingente de manifestantes se concentra exatamente na classe média emergente. “São eles os mais atingidos com a alta dos preços nas grandes cidades.”

Se está clara a relação entre a piora dos indicadores econômicos e a onda de protestos, é evidente que as manifestações trazem preocupações em relação ao futuro da economia. Uma pesquisa realizada pela Fundação Getúlio Vargas entre os dias 11 e 19 de junho mostra um consumidor cauteloso em sair às compras nos próximos seis meses. A coordenadora de Sondagem de Expectativas do Consumidor, Viviane Seda, afirmou que os índices de satisfação com a economia e as finanças pessoais já tiveram dias melhores. “A população está mais cautelosa em gastar, preocupada com o nível de endividamento, com a inflação e o

mercado de trabalho”, afirma. “Isso impacta as expectativas do comércio e indústria e pode, lá na frente, representar uma atividade econômica mais branda. Está todo mundo atento a esses números.”



RECUO

Depois de ter desistido de uma Constituinte, Dilma se reuniu com o ministro do STF Joaquim Barbosa (*à dir.*), que já expressara desaprovação à ideia (Foto: Roberto Stuckert Filho/PR)

Embora não admita publicamente os erros cometidos na economia, Dilma já começou a rever, meio a contragosto, os pilares de sua política. Em vez das bruxarias heterodoxas adotadas nos dois primeiros anos de sua gestão, iniciou um flerte com uma política econômica mais ortodoxa, próxima da que fora praticada pelo ex-ministro da Fazenda Antonio Palocci no primeiro mandato de Lula e também no governo Fernando Henrique Cardoso. Isso não significa que ela tenha deixado de lado a intervenção estatal ou a escolha de campeões nacionais para receber dinheiro público. Dilma continua a acreditar no que sempre acreditou. Mas é uma atitude pragmática, um recuo tático, recomendado pelos marqueteiros, por Lula e por aliados de todas as origens, para tentar recuperar os pontos perdidos em sua popularidade.

Em São Paulo, a atual crise política aproximou ainda mais o partido da liderança exercida pelo ex-presidente Lula. Cada vez mais próximos dele estão o prefeito de São Bernardo do Campo, Luiz Marinho, os auxiliares no instituto que leva seu nome, deputados federais, como José Genoíno e João Paulo Cunha, o ministro Gilberto Carvalho e secretários da gestão Haddad. O próprio Haddad também tem conversado diariamente com Lula, mas tem procurado se conter nas conversas que envolvem Dilma. Segundo um de seus secretários, ele acha que foi jogado aos leões pelo Planalto durante a crise que culminou com a redução no

preço da tarifa do transporte em São Paulo. Nas conversas reservadas, a possibilidade de uma candidatura de Lula a presidente já no ano que vem tem sido amplamente debatida.

O primeiro passo já foi dado: reconstruir a base petista entre os movimentos sociais, tese defendida pelo presidente nacional do partido, Rui Falcão, durante reunião da Executiva do PT na última quinta-feira. Um dia antes, Lula se reunira com representantes dos movimentos sociais para “discutir a conjuntura”, nas palavras de um aliado. A tese de Falcão é que, se perder os movimentos sociais no Estado, o PT, que já tem dificuldades de se reaproximar da classe média, estará liquidado eleitoralmente. Também nos bastidores, veteranos petistas paulistas começaram a abrir fogo contra o ministro Mercadante. Para eles, o saldo das reuniões feitas por Dilma na quinta-feira com a base política é desastroso.

O governo está ciente de que pagará um preço alto pelos erros políticos da semana passada. O problema mais imediato virá do sensível campo da Copa do Mundo. Escorado nas manifestações populares contra os bilionários gastos para a realização da Copa, em apenas um dia, o deputado Izalci Lucas (PSDB-DF) conseguiu 107 das 171 assinaturas necessárias para instalar uma CPI destinada a investigar essas despesas. Poucos políticos topam perder a oportunidade de ficar em “sintonia com as ruas” neste momento. Antes da crise, o presidente da Câmara, Alves, poderia ter vontade e diversas maneiras de ajudar o governo a acomodar as coisas e contornar a CPI. Agora, o Planalto sabe que ele fará muito pouco para evitá-la. Como Alves, a maioria dos parlamentares também enxerga oportunidades de vingança no plebiscito proposto pelo governo. Na quinta-feira, o PP entregou um documento em que sugere a Dilma realizar um referendo, não um plebiscito. Se a ideia do fim da reeleição tiver adesões, o governo Dilma sofrerá em negociações no Congresso.

Está claro a todos que a eleição de 2014 ficou embaralhada. Nas últimas semanas, o Instituto Sensus fez pesquisas qualitativas em todo o país para medir o impacto das manifestações na política. A julgar pelas opiniões expressas em grupos de discussão, a reeleição de Dilma não será fácil como parecia meses atrás. O discurso baseado nas conquistas econômicas e sociais dos últimos anos não é mais tão eficaz. “Não há rejeição ao que foi feito. A avaliação é positiva, mas as pessoas querem alguma coisa diferente”, afirma Ricardo Guedes, diretor do Sensus. “Aparece muito o desejo de educação de qualidade, saúde e coisas ligadas a infraestrutura, como transporte. E não é possível fazer um plano eficiente para melhorar essas áreas a um ano da eleição.” Num contexto de dificuldades econômicas, governo e aliados se escoram nas lembranças das conquistas dos últimos anos, como a ascensão de milhões da pobreza à classe média. Mas, hoje, as pesquisas mostram que um candidato dificilmente se elegeria com base nisso. Há sinais até de desgaste dos programas, uma crítica ao que Guedes chama de “bolsa-tudo”. “O mais pobre reclama que muita gente que não precisa recebe, e ele, que precisa, não recebe”, afirma. “Entre os que ganham mais, a reclamação é de falta de fiscalização nos programas.”