

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO
COMUNICAÇÃO SOCIAL – HABILITAÇÃO EM JORNALISMO

ARTHUR WALBER VIANA

REPORTAGEM E ALTERIDADE:
UM ESTUDO DE CASO DA REVISTA BASTIÃO

Porto Alegre
2015

ARTHUR WALBER VIANA

**REPORTAGEM E ALTERIDADE:
UM ESTUDO DE CASO DA REVISTA BASTIÃO**

Trabalho de conclusão de curso de graduação apresentado à Comissão de Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social – Jornalismo.

Orientador: Prof. Dr. Valdir Jose Morigi

Coorientadora: Ms. Anelise Schütz Dias

Porto Alegre
2015

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO

AUTORIZAÇÃO

Autorizo o encaminhamento para avaliação e defesa pública do TCC (Trabalho de Conclusão de Curso) intitulado **REPORTAGEM E ALTERIDADE: UM ESTUDO DE CASO DA REVISTA BASTIÃO**, de autoria de **ARTHUR WALBER VIANA**, estudante do curso de **COMUNICAÇÃO SOCIAL – JORNALISMO**, desenvolvida sob minha orientação.

Porto Alegre, 24 de novembro de 2015.

Assinatura:

Valdir Jose Morigi

ARTHUR WALBER VIANA
REPORTAGEM E ALTERIDADE: UM ESTUDO DE CASO DA REVISTA BASTIÃO

Trabalho de conclusão de curso de graduação apresentado à Comissão de Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social – Jornalismo.

Aprovado em: _____

Componentes da Banca Examinadora:

Prof. Dr. Valdir Jose Morigi
Orientador

Prof^ª. Dr^ª. Aline do Amaral Garcia Strelow
Examinadora

Ms. Solange Inês Engelmann
Examinadora

AGRADECIMENTOS

Ao Valdir, por me conduzir neste início de caminhada acadêmica. À Anelise, pela dedicação e paciência intermináveis no longo processo de construção desta monografia.

À família e aos amigos, sem os quais nada seria possível.

E àquela tarde de abril, à sombra do Planetário, quando tudo começou.

RESUMO

Esta monografia analisa a forma como é retratada a alteridade nas reportagens jornalísticas. Fundamentada nas perspectivas teóricas de Bauman (1998, 1999, 2008, 2009), Coimbra (1993), Jovchelovitch (2008), Kunczik (1997), Lima (1993) e Ramonet (2012), entre outros autores e autoras, a pesquisa examina reportagens da Revista Bastião, publicação alternativa que produz e divulga informações sobre os diferentes que ocupam os espaços da cidade de Porto Alegre/RS. Caracteriza o periódico (história, formato, tiragem, política editorial, público consumidor, etc.). Identifica as estratégias de comunicação utilizadas pelo meio para narrar os acontecimentos e os diferentes personagens que compartilham o espaço urbano. Pesquisa de caráter qualitativo, estudo de caso, utiliza a técnica de análise de discurso para o exame das reportagens. Conclui que a Revista Bastião procura dar visibilidade à história de sujeitos de forma cidadã, contextualizando aqueles considerados socialmente excluídos – normalmente percebidos pelo imaginário social como “pobres”, “marginais”, “vagabundos”. Além disso, a revista, como “ponto de encontro” e “elo” entre os diferentes sujeitos que ocupam e transitam nos espaços da cidade, combate o preconceito e promove a igualdade social, dando autonomia e espaço para pontos de vista tradicionalmente excluídos do debate público.

Palavras-chave: Jornalismo Alternativo. Revista Bastião. Reportagem. Alteridade.

ABSTRACT

This study examines how otherness is pictured in news stories. Based on the theoretical perspectives of Bauman (1998, 1999, 2008, 2009), Coimbra (1993), Jovchelovitch (2008), Kunczik (1997), Lima (1993) and Ramonet (2012), among other authors, the research examines news stories from the Bastião Magazine, an alternative journalistic publication that produces and disseminates information about the different entities that occupy the spaces of Porto Alegre, Rio Grande do Sul, Brazil. The study characterizes the periodic (history, format, circulation, editorial policy, consumer public, etc.) and identifies the communication strategies used by the magazine to narrate the events and the different characters that share the urban space. It is a qualitative research that uses a case study, using also the discourse analysis technique in order to examine the stories. We conclude that Bastião Magazine seeks to give visibility to people's histories in a way that strengthens their sense of citizenship, contextualizing those considered socially excluded – often perceived by the social imaginary as “poor”, “marginal” or “bums”. In addition, the magazine, as a “meeting point” and a “link” between the different entities that occupy the city spaces, combats prejudice and promotes social equality, by giving autonomy and visibility to viewpoints traditionally excluded from the public debate.

Keywords: Alternative Journalism. Revista Bastião. News Stories. Otherness.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	7
2 A REPORTAGEM COMO MEDIADORA DO ENCONTRO COM O OUTRO: A CONSTRUÇÃO DA ALTERIDADE NA PÓS-MODERNIDADE.....	12
2.1 Reportagem: um caminho para a reconciliação.....	16
2.1.1 Os alternativos.....	22
2.1.2 O escudo da objetividade não pode nos tapar os olhos.....	25
2.1.3 Transparência: essencial para a comunicação.....	28
2.1.4 Jornalismo pelo desenvolvimento.....	30
2.1.5 O papel do repórter: a apreensão do Outro.....	33
3 METODOLOGIA: UM ESTUDO DE CASO DA REVISTA BASTIÃO.....	41
3.1 Algo pouco visto hoje em dia, um produto do prazer.....	44
4 O OUTRO NA REVISTA BASTIÃO.....	57
4.1 Reportagem 1: Mulher, mão de obra barata.....	59
4.2 Reportagem 2: Aos moradores de rua, a rua.....	65
4.3 Reportagem 3: Não somos capazes de dar voz a alguém.....	69
5 CONCLUSÃO.....	75
REFERÊNCIAS.....	81

1 INTRODUÇÃO

Fortalezas que protegiam cidades inteiras hoje protegem apenas o indivíduo. Fechamos-nos em nós mesmos, atrás de muros e cercas eletrificadas. Rezamos aos ventos por proteção: livrai-nos do mal, livrai-nos do *Outro*. Há muito queimamos as pontes que nos conectavam ao mundo exterior e sua assustadora miscelânea de diversidade. Mesmo frente a infindáveis possibilidades de aproximação concedidas pelo avanço tecnológico das últimas décadas, nos rendemos ao domínio privado da *internet*, ao *Google* e ao *Facebook*, e confortavelmente nos acomodamos em nossas bolhas, *online* ou *offline*, torcendo que elas jamais estourem. O *Outro* é cada vez mais *Outro* – ente sem nome, história ou contexto – e cada vez mais distante, independente de questões geográficas (ele pode inclusive frequentar a minha casa, desde que a trabalho e por um curto período de tempo (BAUMAN, 2009)).

Porém, façamos o que façamos – podemos construir muralhas, torres e castelos, treinar animais e guardas raivosos –, ainda assim o *Outro* estará aqui, ali e em todo o lugar. Negar a sua existência e as suas particularidades, cessar o diálogo e evitar ao máximo a convivência com o que não nos é familiar, além de impossível, seria o mesmo que pavimentar o caminho em vias duplicadas rumo ao nosso próprio fim. A vida só é possível junto ao *Outro* (JOVCHELOVITCH, 2008). Precisamos, portanto, nos aproximar. O contato com múltiplas realidades e contextos nos permitirá reconhecer a beleza na diferença, tornando-nos aptos a superar preconceitos explicáveis apenas pela ignorância, imposição da distância. Somente o respeito simultâneo – e um tanto paradoxal – à singularidade do *Eu* e à multiplicidade de *Outros* nos aproximará, tanto quanto os livres mercados que regem nossas vidas permitirem, de um ideal de justiça social – cega e impessoal, igual a todos, e ainda assim capaz de enxergar as particularidades de cada um, mirando a igualdade de oportunidades para permitir, dessa forma, que cada indivíduo se torne aquilo que lhe convier ser (BAUMAN, 1998).

Sempre que nos permitimos experienciar o *Outro*, senti-lo e absorvê-lo – no entanto, sem destruí-lo –, vemos como é rica a alteridade; quando há contato e troca, nada resta da trajetória egoísta do *Eu*. Afinal, este *Eu* nunca está só. Ele é mais um entre tantos outros, cujos pontos de vista variados são tão legítimos quanto os seus próprios (JOVCHELOVITCH, 2008). E se o que buscamos é o entendimento dessas perspectivas e a aceitação das diferenças, os caminhos entre as pessoas precisam ser reconstruídos e as conexões, reativadas. Somos ilhas. O presente trabalho sugere, então, o jornalismo como ponte – um “ponto de encontro” e “elo” entre o *Eu* e o *Outro*, tão necessário para a redução das distâncias entre indivíduos nas nossas cidades com relações pós-modernas. Esse “ponto de encontro” permitirá que (re)conheçamos o *Outro* e aquilo que nos é

externo e estranho, nos aproximando de uma compreensão mais ampla das complexidades que compõem cada ser (MEDITSCH, 2004).

O jornalismo, ao permitir que tenhamos contato e experienciemos diferentes pontos de vista, amplia a nossa percepção das realidades que nos cercam, mostrando, na verdade, que elas são diversas e interligadas. Este mundo diverso, porém, é complexo e descobri-lo é, da mesma forma, complicado. Para realizar tal tarefa, a principal ferramenta que o jornalismo terá a seu dispor será a reportagem: nela descansa o potencial para humanizar, aprofundar e contextualizar os relatos daquilo que não podemos vivenciar por nós mesmos e que, por isso, só conheceremos a partir do que nos é contado. Assim, a reportagem se torna capaz de auxiliar de maneira única o nosso processo de compreensão do *Outro*, estimulando-nos a construir, reconhecer e exercer a alteridade. É ela, a reportagem, que perdura em meio ao que é efêmero; que faz sentir e que percebe o *Outro*, pondo em contato seres distantes. Com isso, pode criar vínculos, fazer ver e ouvir e, especialmente – quando bem-sucedida –, permitir o entendimento das motivações de cada indivíduo para seus movimentos no complexo tabuleiro da vida social, no qual a liberdade de ação individual é limitada sempre a movimentos pré-determinados que, por sua vez, desencadeiam a ação de diversos outros atores sociais, em uma rede de interdependência – como peças em um jogo de xadrez (ELIAS, 2001).

Refletindo sobre a relação *Eu e Outro* e sobre a alteridade operada pelo jornalismo por meio da reportagem, entendendo-a como ferramenta de construção de relatos mais aprofundados e contextualizados, nosso objeto de estudo é a Revista Bastião, publicação alternativa de Porto Alegre, Rio Grande do Sul, Brasil. Criada em 2011, a Revista teve, até agosto de 2015, 20 edições impressas, além de variados materiais publicados em suas plataformas online – *site* e as redes sociais *Facebook* e *Twitter*. Como opção metodológica para nos aproximarmos desse objeto, optamos pelo Estudo de Caso (YIN, 2010; TRIVIÑOS, 1987; DUARTE, 2012), que exige uma série de técnicas combinadas para dar conta da complexidade do caso observado, desde a sua caracterização aprofundada até a análise de textos extraídos da revista ao longo de sua existência – reportagens, textos opinativos, editoriais, fotografias, ilustrações. Nesses materiais, a “razão de ser” do Bastião fica bastante clara: constituir um espaço de fala para quem tradicionalmente é silenciado nos meios tradicionais de comunicação social. As personagens principais nas reportagens do Bastião são moradores e moradoras de rua, carroceiro(a)s, grafiteiro(a)s, presidiário(a)s, etc. Quem fala, portanto – em geral, com mediação dos jornalistas da revista –, são os *impuros da pós-modernidade*; os *consumidores falhos* (BAUMAN, 1998). São os pobres, os vagabundos, todos os excluídos do processo de modernização capitalista.

Em suma, portanto, esta monografia objetiva compreender como o gênero da reportagem aborda a alteridade a partir da experiência da Revista Bastião. Para isso, caracterizaremos a reportagem como subgênero do jornalismo; contextualizaremos a Revista Bastião e os seus princípios jornalísticos; identificaremos as estratégias comunicativas utilizadas pela publicação; mapearemos as fontes utilizadas pela revista na produção de suas pautas; e analisaremos qual a concepção de alteridade utilizada a partir do exame de reportagens do periódico em questão.

Apesar da tiragem relativamente baixa (em média, 1.500 exemplares por edição), do alcance médio nas suas mídias digitais¹ e da circulação limitada à Região Metropolitana do município de Porto Alegre, a escolha do objeto se justifica pela necessária construção de uma comunicação social plural e diversa: no jornalismo, assim como na história, os “pequenos” em raras ocasiões são os construtores das narrativas que formam a memória social coletiva – a preponderância de veículos tradicionais nesse processo é quase absoluta. Isso não significa de forma alguma que os alternativos não exerçam papel importante, mas sim que não ganham a atenção devida dos mercados, da academia ou do próprio público, já que o seu alcance, em geral, é menor e mais restrito do que o da comunicação massiva. No entanto, na maioria dos casos, exerceram (e ainda exercem) papel fundamental na conjuntura sociopolítica nacional, denunciando situações de opressão e servindo como espaço de voz e de expressão para grupos excluídos do jornalismo tradicional (WOITOWICZ, 2009).

Dizer-lhes alternativos, aliás, já os pressupõe como alternativa a algo. E de fato o são – ou, ao menos, almejam ser: livres de amarras comerciais, cabe ao jornalismo alternativo problematizar o *status quo*, com foco na revisão de práticas de mercado voltadas apenas ao consumo, em nome da redução de desigualdades e do fomento ao desenvolvimento social igualitário e democrático. Descansam nos alternativos, mais que em qualquer outro veículo, os sonhos do *polo ideológico* do jornalismo, que tem a pretensão de capacitar os cidadãos para a prática da democracia plena a partir da livre circulação de informações e de conhecimentos. Tal batalha, de derrota provável, é cotidiana e cansativa. Sob um ponto de vista econômico, é absolutamente injusta, já que é nos meios tradicionais de comunicação que se percebe a hegemonia do *polo econômico*, quando notícias são transformadas em meros produtos que objetivam alimentar os cofres de empresas altamente lucrativas (TRAQUINA, 2004). Esse desequilíbrio econômico impede a tal ponto a estruturação plena dos veículos alternativos que suas sobrevivências se tornam improváveis: o Bastião, por exemplo, não imprime novas edições desde 2014. No período, foram

1 Em 03/08/2015, eram 6.387 seguidores no Facebook e 820 no Twitter, além de uma média de 3.340 acessos por edição na plataforma Issu, onde todos os números estão disponíveis na íntegra para acesso online gratuito.

lançadas apenas reportagens para o *site* e uma edição *online*, distribuída em formato PDF para os assinantes e, mais tarde, liberada para acesso de todos. A migração para o *online*, no caso, mais que opção, se mostrou a única alternativa viável de existência.

Porém, ainda que desigual, a luta é da mesma forma necessária e inevitável, se o que se busca é o fortalecimento da democracia, de princípios plurais. Para tanto, deve também o jornalismo ser plural, o que somente é possível a partir da descentralização da posse dos veículos jornalísticos: mesmo enfrentando limitações organizacionais e financeiras, são os veículos alternativos que fazem ressoar vozes diferentes no debate público, promovendo a representatividade de grupos sociais que se veem sem espaço de fala nas mídias tradicionais. São os alternativos, enfim, um caminho possível em relação ao que nos é dado como certo e obrigatório, sentido único.

Além disso, acreditamos que tomar a Revista Bastião por objeto ajuda a promover a necessária comunicação entre academia e rua: defendemos que a teoria é verdadeiramente uma arma da revolução somente quando aliada à prática. Ter participado da fundação da revista observada neste estudo é uma das motivações centrais das escolhas feitas até aqui. Com esta investigação, pretendemos compreender melhor as práticas jornalísticas aplicadas pela Revista com o intento de aprimorá-las e, mais tarde, colocá-las à prova, em reportagens que busquem a fundo a compreensão do *Outro*. Tal proximidade entre objeto e investigador não deve ser ignorada em nenhuma etapa deste trabalho; é preciso constantemente *estranhar o familiar* (VELHO, 1978) para combater ideias preconcebidas sobre o tema e estar atento a mecanismos de defesa que nos afastem de uma crítica verdadeira de um produto que é, assim como essa monografia, fruto de crenças particulares sobre o jornalismo e sobre a sociedade contemporânea. Reconhecer a existência desse envolvimento inevitável com o objeto de estudo e, tendo isto claro, desfrutar das potencialidades dessa proximidade é essencial para a construção honesta deste esforço intelectual, sem desrespeitar, é claro, o necessário distanciamento que exige a observação científica.

Existe ainda, nesta monografia, a intenção de construir um registro de memória da experiência da Revista Bastião, na esperança de que estas palavras venham a servir, de algum modo, como incentivo a quem se arriscar na dura empreitada que é empreender no jornalismo alternativo. O universo da imprensa alternativa brasileira ainda carece de estudos aprofundados (STRELOW, 2010) e neste ponto buscamos nos inserir, favorecendo os que seguirão a luta, que poderão aprofundar seus conhecimentos sobre o universo dos veículos alternativos a partir do que foi experienciado pela Revista Bastião.

Por meio do jornalismo podemos ver o mundo sob diferentes óticas e perspectivas, o que dá aos meios de comunicação social um potencial enorme para enriquecer a vida humana, permitindo a apreensão e favorecendo a aceitação e o exercício da alteridade. Na mesma potência

vem o poder de destruição, percebido quando jornalistas atuam como defensores do *status quo* e acabam por segregar ainda mais os ditos *impuros da pós-modernidade* (BAUMAN, 1998), não lhes cedendo espaço de fala ou tratando-os sob a ótica do pitoresco e do sensacionalismo (LAGO, 2010; SODRÉ, 2004). No momento em que, por incentivo de dificuldades financeiras e atualizações tecnológicas, repensa-se o fazer jornalístico, a superação de antigos paradigmas nunca pareceu tão próxima. A hora é de nos reencontrarmos.

2 A REPORTAGEM COMO MEDIADORA DO ENCONTRO COM O OUTRO: A CONSTRUÇÃO DA ALTERIDADE NA PÓS-MODERNIDADE

Afastamo-nos uns dos outros. A globalização, que possibilitou a vinda do *Outro* para perto, também se ocupou em construir muros de segregação (BAUMAN, 2009). Hoje, a diferença está logo ali e, com isso, “[...] perde um caráter idealizado e abstrato para se tornar algo real e a ser manejado, perturbando parâmetros comuns de autoentendimento e de desempenho de práticas sociais” (JOVCHELOVITCH, 2008, p.215). Postos em contato com as diferenças (ainda que contra a nossa vontade) e com receio de perturbar a nossa aparente paz, escolhemos nos distanciar. Na pressa do dia a dia, do ônibus lotado, do trânsito caótico, das contas atrasadas, fugimos. Buscamos refúgio em nós mesmos, em nossas comunidades, nossos espelhos, e nos escondemos do desconhecido. Mesmo em um mundo onde “[...] a distância não parece importar muito” (BAUMAN, 1999, p.85), nunca estivemos tão afastados. Hoje, o *Outro* surge diante dos olhos sempre por trás de algo que nos separa (e por isso protege) – o vidro do carro, a tela da televisão, do computador ou dos *smartphones*. Lá fora é perigoso. Pior ainda! – é imprevisível. Aqui dentro, nas fortalezas onde se agrupam meus semelhantes, é que é seguro. A qualquer momento, posso me desconectar:

Quando as redes de comunicação eletrônica penetram no hábitat do indivíduo consumidor, estão equipadas desde o início com um dispositivo de segurança: a possibilidade de desconexão instantânea, livre de problemas e (presume-se) indolor de cortar a comunicação de uma forma que deixaria partes da rede desatendidas e as privaria de relevância, assim como de seu poder de ser uma perturbação (BAUMAN, 2008, p.137).

Podemos respirar tranquilos – pelo menos até nos vermos forçados a outra excursão ao barulhento e acachapante mundo exterior, seja atrás de pão, combustível ou álcool para sobreviver ao exílio dos dias pós-modernos em nossas *ilhas de semelhança*, onde voluntariamente nos segregamos (BAUMAN, 2009). Eis que um paradoxo nos confronta: independentemente da aparente vontade de se afastar, é sempre ao vizinho que recorreremos em busca de solução para as nossas necessidades e angústias mais urgentes: o alimento, a energia, o prazer. A resposta é local – e mora ao lado.

Ainda assim, os muros insistem em crescer e as ruas, o espaço público por essência, se transformam em caminhos de passagem, nunca de parada e de vivência. Não se convive com a cidade e seus moradores, se passa por ela e por eles. Não se gosta, se suporta. Vamos até ela consumir o necessário e, tão logo seja possível, voltamos para o nosso mundo privado, longe de tudo que não nos seja familiar. O *Outro* já não importa; as relações são comerciais. Importa a

segurança. Importa manter distância. “Dentro duma visão de ser humano como 'indivíduo', por exemplo, isto é, de alguém que não tem nada a ver com os outros [...] o outro, está num pólo, e eu, no pólo oposto, sem ligações intrínsecas necessárias” (GUARESCHI, 1998, p.154-155).

Independente do esforço feito, porém, quanto mais fugimos, mais medo sentimos. A proporção é cruel. Os fantasmas das diferenças que nos amedrontam – vieram para roubar a nossa paz, os nossos empregos, a nossa estabilidade, a nossa vida! – crescem conforme os nossos próprios muros; quanto mais distante do *Outro* for a nossa fortificação, quanto mais guardas, câmeras, cercas e vigilância permanente tivermos, mais insuportável será a sombra do *Outro*. A *mixofobia* – medo de se misturar ao estranho, de permitir o diverso (BAUMAN, 2009) – nos impulsiona rumo às tais *ilhas de semelhança*, que nos protegem do “[...] grande mar da variedade e da diferença” (BAUMAN, 2009, p. 44).

Como as pessoas esqueceram ou negligenciaram o aprendizado das capacidades necessárias para conviver com a diferença, não é surpreendente que elas experimentem uma crescente sensação de horror diante da ideia de se encontrar frente a frente com estrangeiros. Eles tendem a parecer cada vez mais assustadores, porque cada vez mais alheios, estranhos e incompreensíveis. E também há uma tendência para que desapareçam – se é que já existiram – o diálogo e a interação que poderiam assimilar a alteridade deles em nossa vida (BAUMAN, 2009, p. 46).

Sempre que possível, fugimos das ruas para não encontrar o *Outro* e, vazias, elas se tornam de fato perigosas. O nosso próprio medo acaba por criar o vazio que gera medo, em um processo de retroalimentação. Nossos medos já têm vida própria (BAUMAN, 2009). A *mixofobia*, assim, se prova como um dos mais graves efeitos colaterais da globalização capitalista: é ela que nos cega frente à incrível diversidade humana e nos torna, por isso, menos humanos, progressivamente menos sensíveis e tolerantes ao *Outro*. É ela que, no encontro dos saberes (JOVCHELOVITCH, 2008), desvia o olhar, escolhendo não ver; por medo, oprime, reduz e ridiculariza o diferente. À relação mixofóbica com o *Outro*, como propõe Bauman (2009), pode se fazer um paralelo com a relação *Eu* e *Outro* abordada pela psicologia social, que a entende como, via de regra, “[...] feita de medo e segregação, dominação, exclusão e violência” (JOVCHELOVITCH, 2008, p.212).

Ora, se olhássemos no olho do nosso vizinho e nos preocupássemos em compreender o seu contexto; se entendêssemos a riqueza do diverso e que cada ser tem uma “[...] multiplicidade de personalidades em si mesmo, um mundo de fantasias e de sonhos que acompanham sua vida” (MORIN, 2007, p.57); se estivéssemos cientes disso, não permitiríamos a sequência da saga destruidora do individualismo narcisista moderno, que tem como mundo ideal aquele que “[...] permanecesse para sempre idêntico a si mesmo, um mundo em que a sabedoria hoje aprendida

permaneceria sábia amanhã e depois de amanhã” (BAUMAN, 1998, p.21). A diferença abala a segurança da certeza, do imutável, pois o *Outro* coloca em dúvida o cotidiano, questiona as razões do que nos é corriqueiro e expõe a arbitrariedade das nossas vidas comuns. A estranheza contesta e por isso é tão necessária: é revolucionária. “O estranho despedaça a rocha sobre a qual repousa a segurança da vida diária” (BAUMAN, 1998, p.18). O *Outro* age de formas que eu normalmente não ajo; ele faz coisas que eu não faço e tem o que eu não tenho. Ele representa um ataque brutal ao âmago do *Eu* narcisista, um soco certeiro: a alteridade, o “não eu” (JODELET, 1998, p.48), cheia de qualidades que não possuímos, escancara que somos incompletos, senão em conjunto.

Ora, o desconhecido sempre nos trouxe medo – o escuro, a morte. No entanto, é da mesma forma no desconhecido que residem as nossas mais profundas esperanças: é ali na frente, no amanhã sobre o qual nada sabemos, que descansa um mundo melhor e mais justo. Corremos o risco, caso deixemos o medo tomar conta e nos afastemos do *Outro* de tal forma a perder a ilusão de um futuro melhor, de não realizar hoje o necessário para transformar em realidade tal pretensão de justiça. Como na fábula creditada ao escritor Eduardo Galeano, na qual, apesar do nosso esforço, o horizonte nunca se aproxima, fazendo assim com que nunca deixemos de buscá-lo, é a esperança na justiça social que nos dará força para efetuar as mudanças necessárias para concretizar tal ideal.

O conceito de justiça social, por sua vez, pode ser concebido “[...] no momento de encontro entre a experiência da singularidade (como se dá na responsabilidade moral sobre o *Outro*) e a experiência da multiplicidade de outros (como se dá na vida social)” (BAUMAN, 1998, p.68). Ou seja, uma justiça que sirva a todos – ao que é múltiplo – de forma ampla e geral sem jamais impedir as excentricidades – o que é singular – de cada um; uma justiça que nivele as oportunidades para que, uma vez reparadas as desigualdades, cada pessoa possa buscar seu próprio destino. “Justiça significa redenção, recuperação de perdas, reparação do dano, compensação pelos males sofridos – que corrija a distorção causada pelo ato de injustiça” (BAUMAN, 1998, p.75). É ela, a injustiça, que conhecemos empiricamente, pela dura experiência da vida cotidiana, da miséria, da degradação e da desigualdade social, resultado das contradições existentes nas economias de livre mercado. A justiça social, por sua vez, no lado oposto a isso, se apresenta como algo um tanto etéreo, inatingível, metafísico; um ideal de distante realização dentro do sistema capitalista neoliberal.

Ainda mais grave se torna o nosso afastamento quando percebemos que somos o que somos a partir do *Outro*: é tendo o *Outro* como referência que o *Eu* vai se constituir e se afirmar. “A construção do outro e do mesmo são indissociáveis” (ARRUDA, 1998, p.42). O próprio conceito de alteridade, ao distinguir o “mesmo” do “outro”, “[...] estabelece, de saída, uma relação de identidade tal qual muitos vêem nisso a própria condição da emergência identitária” (JODELET,

1998, p.49) Reclusos em nossos mundos privados, seguros de uma invasão exterior, perdemos contato com nós mesmos. Uma fuga absoluta do *Outro* transformaria a vida em algo impossível:

Sem outros não há vida humana propriamente dita e é na nossa relação com outros entes significativos que encontramos, tanto os recursos ontológicos como os sociais, para sermos o que somos. O saber é, ele próprio, um construto que exige o *Outro* e a vasta maioria dos sistemas psicológicos que teorizam o desenvolvimento da pessoa e a emergência de estruturas cognitivas na criança fundamentou-se nas relações entre o Eu e o *Outro* (JOVCHELOVITCH, 2008, p. 213).

Recuperar o potencial de reconhecer a alteridade será a revolução do nosso tempo. A tarefa é árdua: historicamente o encontro entre o *Eu* e o *Outro* é violento e opressivo. De certa forma, é difícil afirmar que algo dessa natureza seja mesmo um “encontro”: é choque, agressão, deslegitimação. Mas, da mesma forma como não é fácil, caminhar em direção ao *Outro* também não é uma escolha: “É um imperativo de nossa constituição biológica e social” (JOVCHELOVITCH, 2008, p. 213).

Mesmo que o capitalismo neoliberal valorize o individual; que incentive a competição e a meritocracia, insistindo que sucessos ou fracassos têm causas exclusivamente pessoais; mesmo que seja interessante para um sistema baseado no capital, e não necessariamente nas pessoas, que o domínio de uma cultura sobre outras perdure, pois a dominação é lucrativa; mesmo que tudo isso seja verdade, e ainda mais por isso, é nosso dever olhar para o *Outro* e reconhecê-lo em toda a sua diversidade e riqueza. Não pode haver rendição perante o medo imposto pelo livre mercado, que despedaça as redes de segurança socialmente tecidas (BAUMAN, 1998, 2008), amplia as desigualdades e que, de certa forma, determina ao *Outro* a condição de *Outro*, pois segrega – quando não destrói – em vez de aceitar as particularidades de todo e cada ser.

Mais importante que reconhecer o diferente, porém, é acolhê-lo verdadeiramente, permitindo a ele ser o que essencialmente é. A mera afirmação de diferenças pode facilmente ser uma prática assumida por um projeto segregacionista, onde reconhecer o diverso (e por isso impuro) permite apenas separá-lo da pureza desejada. Se a pós-modernidade insinua de fato a existência de “[...] uma concordância quase universal de que a diferença não é meramente inevitável, porém boa, preciosa” (BAUMAN, 1998, p.44), é urgente o esforço pela mistura, pelo entendimento e pelo compartilhamento de saberes. “A troca cultural, a simbiose de visões é o que, no nosso entender, faz o conhecimento avançar em qualidade” (LIMA, 1993, p.220).

Tentativas de unificação estética e de pensamento se deram no passado e falharam, não sem deixar uma imensa mancha na história da humanidade. Tais tentativas continuarão a se dar no presente e no futuro. Cabe a nós enfrentá-las e lutar por um mundo onde as diferenças possam existir. Há lugar para tudo e todos, ao mesmo tempo em que não há lugar para nada: ninguém estará

“fora de lugar” se não forem exigidas posições preestabelecidas: “O mundo dos que procuram a pureza é simplesmente pequeno demais para acomodá-las [as coisas fora do lugar]” (BAUMAN, 1998, p. 14). Mais que nunca, é hora: a longa travessia entre “[...] as casas dos consumidores satisfeitos e as moradas dos sem poder” (BAUMAN, 1998, p.42) deve ser, de uma vez por todas, percorrida.

2.1 Reportagem: um caminho para a reconciliação

Um respiro; uma pausa em um mundo que não para. A reportagem resiste à tirania do imediato, proporcionando um “[...] aprofundamento em tempo e espaço” (MEDINA, 1988, p.115). O mundo não acaba nesse segundo – e nem mesmo no próximo. Pelo contrário: a expectativa de vida na maioria dos países é cada vez maior², o que impõe às gerações mais novas uma permanência mais longa nesse planeta. Mesmo assim, paradoxalmente, perdemos a noção temporal da duração de uma vida. Os parâmetros do que é muito ou pouco tempo mudaram radicalmente. Esquecemos, com a conveniência dos mercados de consumo, que estamos fadados a viver as nossas vidas para além do agora e, com isso, perdemos a capacidade de enxergar dois passos à frente. O próprio entendimento de vida como um empreendimento de longo prazo parece sumir: “[...] há pouco espaço para a vida vivida como um projeto, para planejamento de longo prazo e esperanças de longo alcance. Seja grato pelo pão que come hoje e não cogite demasiado do futuro” (BAUMAN, 1998, p.50). A sensação é que tudo acaba no instante que começa para que em seguida algo novo surja e termine também, dando espaço para outra novidade. “A síndrome consumista degradou a duração e elevou a efemeridade. Ela ergue o valor da novidade acima do valor da permanência” (BAUMAN, 2008, p.111).

O fascínio pós-moderno pelo agora incapacita o jornalismo de cumprir seu objetivo mais universal: entender a contemporaneidade (LIMA, 1993, p.31). “O corte forçado no tempo imediato, que tem a finalidade de esclarecer o real, acaba impedindo justamente o alcance da compreensão” (LIMA, 1993, p.57). A próxima urgência sobrepõe essa e, rápido demais, vê uma nova tomar seu lugar, em um ciclo incessante e exaustivo. A obsessão pela atualidade age como uma “[...] câmara de um labirinto que dificulta ao jornalista a ascensão a um patamar superior, de onde possa descortinar a realidade que se desdobra” (LIMA, 1993, p.57). Não importa o que passou, não preocupa o que virá. A vida está aqui, agora, e está passando. O “estado de emergência” é permanente:

2 Segundo o INCA (Instituto Nacional de Câncer José Alencar Gomes da Silva), a expectativa de vida no Brasil passou de menos de 35 anos no início do século XX para 68 anos, praticamente o dobro, no final do século, no ano 2000. Disponível em: http://www.inca.gov.br/conteudo_view.asp?id=464. Acessado em 29/05/2015.

Ciclos sucessivos de recuperar-se do último alerta e se preparar e reunir forças para o próximo, atravessar uma vez mais o momento de emergência e de novo se recuperar de suas tensões e do dispêndio de energia que agir sob pressão provocou, podem preencher todos os potenciais “buracos vazios” da vida, que de outra forma poderiam ser preenchidos pela insuportável consciência das “coisas derradeiras”, só provisoriamente reprimidas (BAUMAN, 2008, p.123).

Se cabe ao jornalismo explicar o nosso tempo, algo mais que o efêmero deve permanecer, já que a obsessão pela rapidez e pelo imediatismo “[...] conduz as mídias a multiplicarem os erros, a confundir frequentemente rumores e fatos verificados” (RAMONET, 2012, p.54). Para alcançar tal propósito, não será encontrada ferramenta mais eficaz que a reportagem, “[...] o lugar por excelência da narração jornalística” (MUNIZ; FERRARI, 1986, p.9). Desse subgênero do jornalismo, espera-se que perdure mais que o instantâneo; a ele é permitido que mergulhe e se perca no espaço-tempo; que contextualize, aprofunde e humanize as narrativas do presente (MUNIZ; FERRARI, 1986). É a reportagem que fará do jornalismo um produtor de “conhecimento pertinente” – aquele capaz de “[...] situar qualquer informação em seu contexto e, se possível, no conjunto em que está inscrito” (MORIN, 2003, p.15). Para tanto, também se espera desse gênero que oriente para o futuro com base não só no que é visível agora, mas no que já nos parece esquecido e talvez desconexo: transcende-se o efêmero quando leva-se em conta “[...] o tempo histórico para compreender o presente, resgatando do passado suas raízes mais importantes, escondidas” (LIMA, 1993, p.40), servindo, desse modo, de laço com os tempos abandonados por uma sociedade obcecada pelo hoje. “A construção da pauta que visa ao conhecimento da realidade deve localizar os conflitos e transcendê-los, para identificar as causas, os efeitos, as linhas de forças que os determinam” (LIMA, 1993, p.64).

Foi exatamente em busca de aprofundamento que a prática da reportagem teve início nos Estados Unidos, ao redor dos anos 1920, quando se descobriu que “[...] a imprensa estava muito presa aos fatos, ao relato das ocorrências, mas era incapaz de costurar uma ligação entre eles, de modo a revelar ao leitor o sentido e o rumo dos acontecimentos” (LIMA, 1993, p.25). Ela nasce, portanto, para nos permitir um “[...] mergulho de fôlego nos fatos e em seu contexto” (LIMA, 1993, p.24).

Porém, a forma de conhecimento produzida pelo jornalismo, “[...] como toda outra forma de conhecimento [...] será sempre condicionada, histórica e culturalmente, por seu contexto e, subjetivamente, por aqueles que participam desta produção. Estará também condicionada pela maneira particular como é produzida” (MEDITSCH, 2004, p.374). E o ideal de livre mercado que predomina no capitalismo não é atraído por aprofundamento ou por *mergulhos de fôlego*: importa o

consumo rápido, descartável, substituível – e por isso constante e lucrativo. Na lógica consumista, não há crime maior que a satisfação:

[...] os bens, serviços e sinais devem despertar desejo e, para isso, devem seduzir os possíveis consumidores e afastar seus competidores. Mas, assim que o conseguirem, devem abrir espaço rapidamente para outros objetos de desejo, do contrário a caça global de lucros e mais lucros (rebatizada de “crescimento econômico”) irá parar. A indústria atual funciona cada vez mais para a produção de atrações e tentações. E é da natureza das atrações tentar e seduzir apenas quando acenam daquela distância que chamamos de futuro, uma vez que a tentação não pode sobreviver muito tempo à rendição do tentado, assim como o desejo nunca sobrevive a sua satisfação (BAUMAN, 1999, p.86).

A prática da reportagem, assim, se transforma quase em utopia. A lógica empresarial é brutal com empreendimentos tidos como “muito caros” ou “não rentáveis”: nesse cenário, por exigir tempo de produção, investimento em equipe e aprofundamento intelectual, a reportagem perde espaço e cai em desuso (RAMONET, 2012). Tal constatação não é de todo surpreendente, afinal está claro que “[...] toda a informação está sempre condicionada pelo sistema econômico que a produz, o que faz com que o jornal seja no mundo ocidental, naturalmente, um reflexo do modo de produção capitalista” (MARSHALL, 2003, p.41). Além, claro, de a “grande-reportagem” ocupar “grande-espaço” e competir com aquilo tido como realmente valioso em um jornal, revista ou site: a publicidade.

O espaço nos meios jornalísticos impressos e eletrônicos vale muito em relação àquilo que subsidia a informação social, que é o espaço publicitário. Valendo-se desse argumento, as empresas jornalísticas apertam ao máximo o espaço da informação social, afinilando-o. Daí, a grande-reportagem, embora tendo uma grande possibilidade de êxito de audiência, está cada vez mais atrofiada num espaço que pretende ser o mais sintético possível, pendendo para a fórmula notícia. Que é econômica, mas por outro lado é também superficial, não respondendo às necessidades mais profundas da informação social (MEDINA *apud* LIMA, 1993, p.32-33)³.

Seja em jornais, revistas, *sites*, televisão ou rádio, tempo e espaço são guiados pela lógica de mercado e, no ímpeto do consumo, não há nem um nem outro para aprofundamentos. Sem contextualização, crescem os muros; a distância entre as pessoas parece intransponível. Na lógica mercantilista da informação, os próprios jornalistas são, de certa forma, maquinizados: “O jornalista pós-moderno transformou-se numa máquina de produção de informação, um operário com demandas estipuladas e prazos de entrega a cumprir” (MARSHALL, 2003, p.32). Como poderá ele, desumanizado, construir um relato humano sobre o *Outro*?

3 Trecho de entrevista concedida por Cremilda Medina ao autor Edvaldo Pereira Lima, no livro “Páginas Ampliadas”.

As próprias redações, antes redutos do pensamento crítico dos profissionais da imprensa, vão sendo diminuídas e enfraquecidas. Fala-se, hoje, em jornalismo pós-redação: “O jornalismo freelance, o empreendedorismo independente e a precarização do trabalho são proeminentes [...] os profissionais que trabalham de forma atípica hoje compõem a maior parte dos jornalistas” (DEUZE; WITSCHGE, 2015, p.7). Muito embora a definição de “jornalista” não dependa de sua presença ou não na redação (DEUZE; WITSCHGE, 2015) – pelo contrário, espera-se que este esteja na rua, em contato com as pessoas e com suas realidades –, é importante que se sustente um local de debate para os jornalistas definirem como irão, na prática, exercer sua atividade profissional. O jornalismo é, necessariamente, um fazer coletivo, que envolve discussão e busca por soluções conjuntas. Restringir o ofício ao âmbito individual, ainda que o empreendedorismo e *start-ups* sejam alternativas ao mercado de trabalho convencional, cada vez mais precário, tem se mostrado prejudicial ao conjunto da cadeia de produção de notícias: este empreendedorismo no jornalismo estaria a “[...] reforçar o credo das trajetórias de trabalho modernas de que 'você está sozinho’” (DEUZE; WITSCHGE, 2015, p.21), quando o que se deve procurar, ao contrário da crença individualista, é o *estar junto*:

A redação não está extinta. Em muitos aspectos, ela é mais importante do que nunca, pois continua a ser, ainda hoje, um local central dentro do qual uma variedade de atores-redes fragmentados encontram-se unidos para a criação de uma atividade profissional (ANDERSON *apud* DEUZE; WITSCHGE, 2015, p.10)⁴.

Na frenética busca por “modernização”, as empresas da imprensa (e as empresas em geral ou mesmo governos) somam ao seu vocabulário os termos *enxugar*, *economizar*, *otimizar* – ainda que tais medidas “[...] inviabilizem um certo jornalismo de qualidade” (RAMONET, 2012, p.39). “À procura de uma rentabilidade que não encontram, as empresas da imprensa são entregues a temíveis *cost killers* [...] que cortam a machadadas as equipes e as despesas. Em todos os lugares, as demissões são drásticas” (RAMONET, 2012, p.36). Como exemplo dentro do contexto no qual está inserido o objeto deste estudo, o Grupo RBS, afiliado da Rede Globo e dono do jornal Zero Hora, sediado em Porto Alegre, maior circulação do Rio Grande do Sul e quinta maior do Brasil, segundo a Associação Nacional de Jornais⁵, demitiu 144 profissionais (jornalistas, designers, cinegrafistas, gráficos, publicitários) entre 2012 e 2015⁶.

Dessa forma, cada vez mais os jornalistas que resistem às “machadadas” dos *cost killers* se veem sobrecarregados, acumulando as funções dos colegas demitidos. “No Rio Grande do Sul, o

⁴ Obra original não encontrada no decorrer da pesquisa.

⁵ A ANJ baseou-se no IVC (Instituto Verificador de Circulação). Ranking relativo à circulação percebida no ano de 2014. Acessado em: 27/10/2015. Disponível em: <http://www.anj.org.br/maiores-jornais-do-brasil/>

⁶ “A Conta dos Passaralhos”, banco de dados virtual com as demissões em empresas de mídia no Brasil. Disponível em: <http://passaralhos.voltda.info>. Acessado em: 18/09/2015.

Sindicato dos Jornalistas assegura que em Zero Hora as jornadas são de dez a 12 horas, o que provocaria muitas reclamações trabalhistas” (FONSECA, 2008, p.246). A precariedade, obviamente não é percebida apenas em âmbito local: “Nesse cenário precário [...] ser um profissional jornalista atuante significa, para a maioria, ter que executar um além do jornalismo” (DEUZE; WITSCHGE, 2015, p.22). Aponta-se inclusive para um “[...] futuro necessário e inevitável onde os papéis de produção de conteúdo, marketing e vendas na organização do trabalho jornalístico seriam integrados” (DEUZE; WITSCHGE, 2015, p.20). Em tal contexto, o resultado não poderia ser diferente: cai a qualidade jornalística: “Quem diz 'enxugar' as redações fala de um tratamento menos completo da informação” (RAMONET, 2012, p.37). Em consequência, os cortes financeiros que visam à dita “otimização” prejudicam, paradoxalmente, o próprio produto que as empresas de notícias deveriam querer salvar:

Modernizar a maneira como a empresa é dirigida consiste em tornar o trabalho 'flexível' – desfazer-se da mão-de-obra e abandonar linhas e locais de produção de uma hora para a outra, sempre que uma relva mais verde se divise em outra parte, sempre que possibilidades comerciais mais lucrativas, ou mão-de-obra mais submissa e menos dispendiosa, acenem ao longe (BAUMAN, 1998, p.50).

Flexibilidade se transforma, assim, na “[...] expressão-síntese, definidora dos novos tempos” (FONSECA, 2008, p.228), transformando o jornalismo em produto descartável – à imagem e semelhança de todos os produtos voltados ao nosso consumo insaciável. Se não alcança, seja pela pressa da produção industrial seja pelas impossibilidades impostas por práticas de mercado, a difusão de conhecimento; se responde a interesses comerciais antes dos sociais; se não combate preconceitos nem almeja a justiça social e a redução de desigualdades; se é meramente transformado em mercadoria pasteurizada para venda, vê-se esvaziado de sentido. “O jornalismo pós-moderno que se alimenta pela lógica do capital, do marketing e da publicidade secundariza a missão de informar e, assim, toda a profissão perde seu centro de gravidade” (MARSHALL, 2003, p.34). Os produtos tidos por jornalísticos privilegiarão aquilo que os subsidiarem, o que não é, em definitivo, o jornalismo: “[...] o atributo jornalístico da informação só se impõe quando não contraria o interesse comercial” (FONSECA, 2008, p.270).

O grande problema, porém, não reside no fato de as notícias terem se tornado de fato em um dos produtos de consumo da indústria cultural (MEDINA, 1988, p.40); nem na intenção dos grupos de comunicação de buscar mais e mais consumidores para os seus produtos. Pelo contrário, isso também pode ser positivo: a industrialização do fazer jornalístico e o desenvolvimento de novas tecnologias potencializou a difusão de notícias, o que é, em essência, bom – afinal, significa mais conhecimento disponível para mais pessoas. Mesmo que o jornalismo envie “[...] inúmeras

mensagens pseudo-relatos da realidade ou informações minadas de ideologia, no bojo vão dados da realidade que antes ficavam limitados ao saber dos sábios” (MEDINA, 1988, p.40), caracterizando, de alguma forma, um princípio de democratização do conhecimento. Pensar na audiência, portanto, e se preocupar com o crescimento dela, não é o problema em si; o erro está em, supostamente em nome desse público, destruir os pressupostos informativos do jornalismo, atribuindo à massa de consumidores “[...] uma sacrossanta ignorância e inconsequência nas suas preferências ou ainda uma passividade de rebanho conduzido” (MEDINA, 1988, p.40). Com essa mentalidade, as empresas de comunicação impedem o jornalismo de alcançar seu objetivo em uma sociedade democrática:

À questão 'O que é uma informação?', as mídias em desespero tendem agora a responder unicamente em termos de audiência. Uma 'boa notícia' é aquela que pode interessar ao maior número de pessoas. Não aquela que seria, por exemplo, a mais útil à coletividade, a mais decisiva ou mais esclarecedora em matéria de economia, de ecologia, de política... Com efeito, as grandes mídias perdem de vista, assim, o verdadeiro sentido de sua missão (RAMONET, 2012, p.22).

E por que razão a notícia que pode interessar ao maior número de pessoas não é exatamente aquela mais útil à coletividade ou a mais esclarecedora em matéria de economia, ecologia ou política? Existe aí uma inversão de valores: “O jornalismo [...] que visa à publicização e ao debate dos temas de interesse público transforma-se numa atividade com a finalidade de 'servir ao público', o que representa uma significativa mudança de orientação” (FONSECA, 2008, p.281). Vale mais o que vende mais.

Por agir de tal forma, preocupados mais com vendas e patrocínios que com o jornalismo em si, os grandes grupos de comunicação veem, do alto de seus escritórios, sua credibilidade despencar. “Os cidadãos desconfiam de uma imprensa que pertence a um punhado de oligarcas, que já controlam amplamente o poder econômico” (RAMONET, 2012, p.43) – ainda mais quando esses oligarcas menosprezam de tal maneira a inteligência popular. Vale lembrar que, no caso específico do Brasil, os meios de comunicação social estão concentrados em um pequeno número de mãos: as seis principais redes privadas brasileiras de comunicação social abrangiam, ainda em 2002, um total de 667 veículos, entre emissoras de televisão, rádios e jornais⁷. É uma média superior a cem veículos por empresa. “Esse movimento de concentração representa um ataque ao pluralismo” (RAMONET, 2012, p.47).

⁷ Dados do projeto Donos da Mídia, que reúne dados públicos e informações fornecidas pelos grupos de mídia para montar um panorama completo da mídia no Brasil. Acessado em 11/09/2015. Disponível em: <http://donosdamidia.com.br/inicial>

A democracia é, e sempre será, “polifônica e polissêmica” (MEDINA, *apud* LIMA, 1993, p.27)⁸. Não pode o jornalismo ser diferente: deve ele dar espaço às múltiplas vozes e personagens da sociedade contemporânea. A descentralização dos discursos na imprensa é, portanto, uma medida de defesa do regime democrático, principalmente quando os “[...] proprietários de *latifúndios* midiáticos opõem-se a toda reforma social e a toda distribuição um pouco mais justa das imensas riquezas nacionais”, transformando-se em *aparelhos ideológicos da globalização* (RAMONET, 2012, p.62). “A mídia é o esteio da sociedade ocidental que, desde os anos 1980, estabeleceu-se sob a égide das privatizações e das desregulamentações, bem como entregou aos cuidados do poder privado as estruturas que zelavam pelos diversos interesses sociais” (MARSHALL, 2003, p.47).

2.1.1 Os alternativos

Mas como debater questões de interesse público por canais que são, no fim das contas, empresas privadas, comandadas por uma elite econômica, tradicionalmente avessa a mudanças? “Esse imperativo explica o que é a imprensa pós-moderna. Embora se associe imprensa com verdade e jornal com informação, constata-se que a imprensa é consumo, publicidade e empresa privada” (MARSHALL, 2003, p.47). Tal cenário urge por alternativas – daí a preferência pelo termo:

[...] alternativa contém quatro dos significados essenciais dessa imprensa: o de algo que não está ligado a políticas dominantes; o de uma opção entre duas coisas reciprocamente excludentes; o de única saída para uma situação difícil; e, finalmente, o do desejo [...] de protagonizar as transformações sociais que pregavam (KUCINSKI, 1991, p.5).

Em contraste à atuação dos meios de comunicação tradicionais e seus “‘jornalistas dominantes’, uma categoria profissional e social cada vez mais vista como vivendo ‘nas nuvens’, sem verdadeiro contato com a sociedade e em estado de cumplicidade permanente, de consanguinidade, com a classe política” (RAMONET, 2012, p.50), os veículos alternativos atuam, historicamente, como canal de expressão para os grupos sociais silenciados pelos *latifundiários* da comunicação, se colocando como opção frente ao monólogo elitista propiciado pelos grandes veículos.

Entende-se que muitas iniciativas de produção independente ou popular acompanharam e, mais do que isso, exerceram um papel fundamental ao longo da história do Brasil, seja para denunciar determinada situação de opressão ou mesmo

8 Trecho de entrevista concedida por Cremilda Medina ao autor Edvaldo Pereira Lima, no livro “Páginas Ampliadas”.

dar voz e expressão a grupos tradicionalmente excluídos dos espaços já legitimados de tradicional visibilidade midiática (WOITOWICZ, 2009, p.12).

Está atrelada à noção de jornalismo alternativo, nota-se, a busca por avanços sociais, o que, supostamente, deveria ser um pressuposto do jornalismo em geral. “A ideia de alternatividade fundamenta-se numa dupla inserção ideológica do projeto comunicacional: alinhamento com processos de mudança social; e combate sistemático ao sistema hegemônico” (MORAES, 2007, s/nº). Tal noção aproxima esses veículos do que Traquina (2004) afirmou ser o *polo ideológico* da atividade jornalística, que “[...] define o jornalismo como um serviço público que fornece cidadãos com a informação de que precisam para votar e participar na democracia e age como guardião que defende os cidadãos dos eventuais abusos de poder” (TRAQUINA, 2004, p.27).

Ainda que se reconheça a relevância dos veículos alternativos na defesa dos direitos humanos e da pluralidade de vozes, porém, o incentivo para que existam e permaneçam atuantes é mínimo, quando existe. Em relação ao mercado, que poderia financiar impressões pelo investimento publicitário, há uma incompatibilidade ideológica demasiadamente grande. Afinal, os alternativos nunca se propuseram a objetivos mercantis e neles vigora, em alguma medida, um *espírito anticapitalista* (KUCINSKI, 1991, p.19). A lógica neoliberal vigente, em consequência, mostra-se perversa e invariavelmente mortífera: focada unicamente na audiência, dá mais dinheiro de publicidade a quem atinge mais pessoas; e atinge mais pessoas quem tem mais dinheiro. “Há, hoje, uma 'mentalidade-índice-de-audiência' nas salas de redação, nas editoras etc. Por toda parte, pensa-se em termos de sucesso comercial” (BOURDIEU, 1997, p.37). Com esse ciclo, os grandes veículos conseguem aprimorar e ampliar produtos e serviços, distanciando-se ainda mais dos alternativos; a estes, excluídos do processo, restam poucas formas viáveis de sobrevivência – alguns novos modelos de financiamento têm surgido como alternativa ao sistema clássico de venda de espaço publicitário, o *crowdfunding*⁹ é um exemplo, mas são ainda movimentos incipientes, em especial quando falamos de financiamento contínuo e de longo prazo.

É o sistema quem impõe as regras e, aos que não se adaptam a elas, resta o acaso. Assim, a “crônica debilidade econômica” da imprensa alternativa (KUCINSKI, 1991, p.118) se perpetua. “O que não é privilegiado [pelo sistema] não se mantém de fora, livre ou sujeito às regras doutro sistema. Permanece, ao contrário, involuntariamente determinado, forçosamente manipulado pelas regras de um jogo para o qual não fomos convidados” (LIMA, 1978, p.36).

9 *Crowdfunding* é uma forma de financiamento coletivo na qual os apoiadores de um projeto doam algum valor para que ele seja executado. Se o valor mínimo, previamente estipulado pelos responsáveis pelo projeto, for atingido, o financiamento é concedido e os apoiadores recebem recompensas, também previamente programadas. Caso o valor não seja alcançado, cada apoiador recebe seu investimento de volta.

A publicidade de órgãos públicos, que poderia equilibrar a balança, segue o mesmo raciocínio excludente: em 2013, por exemplo, o governo do Rio Grande do Sul pagou R\$17,5 milhões em publicidade ao Grupo RBS. O valor representou 35% de todo o investimento publicitário do governo no período¹⁰. Paradoxalmente, como já mostramos, esse mesmo grupo demitiu mais de uma centena de trabalhadores nos últimos três anos. Somemos a isso a deflagração da Operação Zelotes, da Polícia Federal, que, em um primeiro momento, investiga seis empresas – entre elas o Grupo RBS – por sonegação de impostos na ordem de R\$ 5,7 bilhões de reais¹¹ e veremos que a lógica de investimentos das cotas publicitárias públicas coloca a quantidade de exemplares impressos em alta conta, não importando tanto, ao menos não na mesma medida, qual empresa (e, conseqüentemente, qual discurso) se fortalece com esse processo.

[...] o monopolismo que assegura a liderança e o domínio de um jornal no mercado pode significar o sucesso da empresa. O êxito empresarial pode ser comprovado medindo-se os índices de leitura e de circulação do jornal. Mas também pode representar o fracasso do jornalismo como fonte de conhecimento dos temas de atualidade e como instrumento de fiscalização do poder, o que não tem como ser medido pelos critérios do mercado (FONSECA, 2008, p.295).

Com a concentração de investimentos publicitários nas empresas de maior porte, a pluralidade de vozes é anulada – ao menos um conceito de pluralidade mais complexo que aquele mensurável por uma régua, como ocorre corriqueiramente em jornais e revistas: “O jornalismo deve ser plural e não apenas seguir a velha fórmula de deixar pontos de vista diferentes sobre um determinado tema ocupar o mesmo espaço editorial. A ideia de pluralismo é bem mais profunda e implica em contemplar e incorporar o Outro” (LAGO, 2010, p.167). Sem isso, ganha corpo o cenário onde “[...] as notícias da realidade são as interpretações que a classe hegemônica faz para codificar os acontecimentos dentro da sua lógica” (MARSHALL, 2003, p.51), perpetuando-a. Cresce, em consequência, o monólogo das elites; perde a democracia: “O diálogo é democrático; o monólogo é autoritário. O primeiro interpreta as vozes dos grandes movimentos populares do século XX; o segundo satisfaz ao jogo da livre expressão, plataforma do liberalismo, nos séculos XVII e XIX” (MEDINA, 2008b, p.7). Percebemos assim que a pluralidade de vozes nos é negada:

[...] a pluralidade de pontos de vista foi negada à sociedade brasileira através do grande sistema da indústria cultural, ou pela censura explícita ou pela autocensura implícita nos meios de comunicação dependentes do beneplácito econômico (publicidade das estatais) ou político (no caso das concessões dos meios eletrônicos) (MEDINA, 2008b, p.35-36).

10 Informações do portal Jornalismo B, que teve acesso às planilhas de gastos publicitários do Governo do Estado do Rio Grande do Sul referentes a 2013. Disponível em: <http://jornalismob.com/2014/04/29/rbs-recebeu-35-das-verb-publicitarias-do-governo-do-rs-em-2013>. Acessado em: 18/09/2015.

11 Informação do portal do Valor Econômico. Disponível em: <http://www.valor.com.br/politica/3977618/operacao-zelotes-deve-levar-mudancas-no-carf>. Acessado em: 04/10/2015.

2.1.2 O escudo da objetividade não pode nos tapar os olhos

Fortalecer financeiramente os veículos de comunicação alternativos, permitindo que sobrevivam, é claramente um início na busca pelo ideal de pluralidade no jornalismo. É por meio deles que escutaremos vozes destoantes ao sistema em vigor e que, em casos de sucesso, nos aproximaremos de diferentes realidades e contextos, podendo compreender as motivações de cada indivíduo para as suas ações na vida social. Permitindo a compreensão, o jornalismo cumprirá uma de suas mais nobres tarefas: quebrar preconceitos.

No entanto, para cumprir tal objetivo e reestruturar sua credibilidade, tão afetada nos últimos 20 anos com o domínio da lógica neoliberal na comunicação (RAMONET, 2012, p.56) e pela potencialidade das redes de revelar o que muitas vezes é ocultado pelos veículos tradicionais, o caminho do jornalismo é muito mais longo: é preciso que se supere, de uma vez por todas, os ideais modernos fundados na racionalidade positivista, dos quais derivam os critérios da objetividade e imparcialidade. É preciso, com um grau de urgência, se aproximar das pessoas.

O repórter frio e objetivo diante dos fatos já não dá conta das novas exigências impostas pela realidade. A derrocada das certezas, a crise de valores e o triunfo do absurdo exigem um mediador que se deixe impregnar por sensações e emoções ao narrar o mundo (MEDINA *apud* MEDINA, 2008a, p.12)¹².

As realidades são amplas e diversas; qualquer recorte delas será sempre uma escolha que, por sua vez, estará sempre permeada de sentimentos, ideologias, subjetividades: a reportagem envolve, no fundo, um intrincado encontro de subjetividades – do repórter, do editor, das fontes, do público – e negá-lo não significa, definitivamente, evitá-lo. A emoção é, afinal, parte constitutiva das realidades que se tenta retratar no jornalismo: “[...] a emoção, antes tão desprezada pelo ideal da objetividade científica [...] vai aparecer agora como um combustível imprescindível à maquinaria da razão humana” (MEDITSCH, 2004, p.368). Ora, viver é, por si só, tomar partido:

[...] viver significa tomar partido. Não podem existir apenas homens estranhos à cidade. Quem verdadeiramente vive não pode deixar de ser cidadão e partidário. Indiferença é abulia, parasitismo, covardia, não é vida. Por isso odeio os indiferentes. A indiferença é o peso morto da história. É a bala de chumbo para o inovador e a matéria inerte em que se afogam frequentemente os entusiasmos mais esplendorosos, o fosso que circunda a velha cidade [...]. Odeio os indiferentes também, porque me provocam tédio as suas lamúrias de eternos inocentes. Peço conta a todos eles pela maneira como cumpriram a tarefa que a vida lhes impôs e impõe quotidianamente, do que fizeram e sobretudo do que não fizeram. E sinto que não posso ser inoxidável, que não devo desperdiçar a minha compaixão, que

¹² Prefácio escrito por Sinval Medina no livro “Ciência e jornalismo: da herança positivista ao diálogo dos afetos”, de Cremilda Medina (2008-1)

não posso repartir com eles as minhas lágrimas. Sou militante, estou vivo, sinto nas consciências viris que estão comigo a pulsar a atividade da cidade futura, que estamos a construir [...] (GRAMSCI, 1917, s/nº)¹³.

No entanto, presos à pressa de uma rotina industrial, os jornalistas escondem-se atrás do frágil escudo da objetividade, restringindo-se a registrar o básico – o famigerado *lead* – e resumem o *Outro*, ser rico e diverso, a um rascunho de personagem. Construir a mensagem jornalística “[...] pela fórmula mais rápida – porém menos criativa – do texto pasteurizado nos elementos o que, quem, quando, onde, como, e – nem sempre – por quê” (LIMA, 1993, p.58) se prova uma prática nociva ao jornalismo que busca aproximar pessoas: “O que importa, segundo a lógica da pirâmide invertida, é exaltar fatos que façam o leitor comprar e ler o jornal. [...] Em vez de desnudar os fatos [...] acaba aprisionando a informação. [...] O *lead* serve, assim, muito mais para esconder do que para revelar” (MARSHALL, 2003, p.40).

A prática é, porém, justificável no panorama industrial de produção em larga escala de notícias: “Forçado pela exigência da rapidez, o jornalista precisa de métodos que possam ser aplicados fácil e rapidamente. Assim, a objetividade ajuda o jornalista a vencer as 'horas de fechamento’” (TRAQUINA, 2004, p.141). Tuchman (1993) cita quatro *procedimentos estratégicos* que permitem ao jornalista se afirmar “objetivo”. São eles:

1) *a apresentação de possibilidades conflituais*, onde descansa uma pretensa pluralidade no jornalismo: “Ao apresentar tanto a versão 'A' [...] como a versão 'B' [...] o jornalista pode, então, reivindicar que está a ser 'objetivo', pois apresenta 'os dois lados da questão’” (TUCHMAN, 1993, p.79);

2) *a apresentação de provas auxiliares*: “A apresentação de provas auxiliares consiste na localização e citação da 'fatos' suplementares, que são *geralmente aceites como 'verdadeiros’*” (TUCHMAN, 1993, p.80);

3) *o uso judicioso das aspas*: muitas vezes, as aspas servem para alguém dizer o que o repórter gostaria de dizer mas não pode sob a pena de ser julgado como “parcial”. Exemplificando um caso, Tuchman (1993) explica: “Embora o repórter concordasse com todas as afirmações e termos inclusos entre aspas, estas permitiram-lhe afirmar que não inserira as suas opiniões na notícia. Elas tornaram o artigo 'objetivo' e protegeram o repórter dos seus superiores” (TUCHMAN, 1993, p.82-83);

4) *a estruturação da informação numa sequência apropriada*: esse é o ponto de construção do relato da realidade no qual o repórter colocará, em sequência, os fatos que julga mais

13 Trecho do artigo “Os indiferentes”, de Antônio Gramsci, retirado do portal da Fundação de Estudos Políticos, Econômicos e Sociais Dinardo Reis, do Partido Comunista Brasileiro. Acesso em: 22/10/2015. Disponível em: https://drive.google.com/file/d/0B8_gvWjrwU3ZMDNCcU9tLXFCdWs/view

relevantes de um acontecimento. Para afirmar que é objetivo nessa valoração de fatos, o repórter invocará o *news judgement*, algo como uma *perspicácia profissional* (TUCHMAN, 1993). Por um movimento de preservação, o jornalista pode aqui optar pela simplificação do seu relato do real, prendendo-se aos *seis servidores* da notícia, que constroem o *lead* – quem, o quê, quando, onde, porquê e como: “Assim, se o jornalista puder afirmar que foi atrás das 'coisas materiais', ele pode dizer que foi 'objetivo’” (TUCHMAN, 1993, p.83).

Tais procedimentos, porém, voltados à maquinização e simplificação, vão se provar prejudiciais:

De fato, tem sido sugerido que esses procedimentos 1) constituem um convite à percepção seletiva, 2) insistem erradamente na ideia de que “os fatos falam por si”, 3) são um instrumento de descrédito e um meio do jornalista fazer passar a sua opinião, 4) são limitadas pela política editorial de uma determinada organização jornalística, e 5) iludem o leitor ao sugerir que a 'análise' é convincente, ponderada ou definitiva. Em suma, existe uma clara discrepância entre os objetivos procurados e os alcançados (TUCHMAN, 1993, p.89).

Ainda assim, os manuais da profissão insistam em afirmar como essencial à prática jornalística o critério *objetividade* – e não negamos que, até certo ponto, de fato o é, apesar de constituir uma “[...] categoria muito pobre, do ponto de vista epistemológico” (MEDINA, 2008b, p.32). Contrariando princípios racionalistas, estrutura-se cada vez mais “[...] a consciência de que entramos numa especulação ilimitada, um mergulho na Verdade de muitas faces, contradições, em que a atuação do jornalismo é sempre relativa, nunca totalmente objetiva, cientificista, como pretendem os clássicos do mito da objetividade” (MEDINA, 2008b, p.33). A objetividade servirá, no fundo, como defesa dos jornalistas frente aos curtos prazos de entrega, aos possíveis processos difamatórios decorrentes das publicações e à reprimenda dos superiores: “Atacados devido a uma controversa apresentação de 'fatos', os jornalistas invocam a sua objetividade quase do mesmo modo que um camponês mediterrâneo põe um colar de alhos à volta do pescoço para afastar os espíritos malignos” (TUCHMAN, 1993, p.75).

Além disso, fosse a objetividade impecavelmente objetiva, todos os produtos jornalísticos seriam idênticos: “Como está já amplamente demonstrado em estudos anteriores, os jornais diferem na sua escolha dos 'fatos' materiais, nas suas políticas noticiosas [...] mas todos se reclamam de 'objetivos’” (TUCHMAN, 1993, p.84).

Ora, justamente o jornalismo, que se propõe, tratando-se de termos ideais, a contar as histórias da contemporaneidade, aproximar as pessoas do nosso tempo, compreender suas motivações e porquês e “[...] construir narrativas sobre a alteridade” (LAGO, 2010, p.173), é que deve fugir ao máximo de técnicas frias que em nada auxiliam na comunicação interpessoal. Se é

verdade que a objetividade tem seu valor ao dar ao profissional um mapa sobre como agir na sua prática cotidiana, pois “[...] traça os métodos que o jornalista deve seguir” (TRAQUINA, 2004, p.141), não pode ser exatamente ela a causa da cegueira dos jornalistas frente a tudo que foge ao primeiro plano, às entrelinhas das histórias e personagens.

Prender-se a critérios puramente racionalizados, objetivos e imparciais impossibilitará ao jornalista penetrar o universo subjetivo de suas personagens, compostas de camadas densas e ricas de sentimentos, contextos e razões de ser variadas. Porém, apenas o que é mensurável parece satisfazer os esquemas regulares do jornalismo, “[...] como se a narrativa que reencena a saga do outro e o mundo que o contém se esgotasse nesses dados objetivos” (MEDINA, 2008a, p.63). O alcance humano de qualquer reportagem (e até mesmo notícia) que não humanize, aprofunde e contextualize suas informações será sempre reduzido.

Por sua vez, o jornalista que não compreender os interesses de seus empregadores no mercado da informação e as motivações para suas escolhas pessoais de edição, por demais convertido à religião dos imparciais, será traído por sua própria ideologia, que transparecerá de qualquer forma, entregando-o: “Neutralidade, já é ponto pacífico, não existe nem na ciência [...] E a objetividade jornalística, questão polêmica, parece nos dias de hoje ganhar a condição de mito ou de utopia” (LIMA, 1993, p.68). Esconder-se atrás de mitos sabidamente impossíveis, que servem como verdadeiras *camisas de força* para os jornalistas (MELO, 1985, p.13), acaba funcionando, antes de tudo, como legitimação de forças opressoras já estabelecidas: “[...] a *objetividade* torna-se instrumento eficaz para privilegiar a *subjetividade* (interesses, opiniões, ideologias) dos proprietários das instituições jornalísticas” (MELO, 1985, p.14).

Portanto, mesmo se reconhecendo no conceito de objetividade alguma utilidade (para parâmetros industriais) e “algo de benéfico” por possibilitar “[...] critérios mais precisos na seleção e ordenamento dos elementos que compõe uma leitura do real” (LIMA, 1993, p.82), é preciso também que se reconheça que “[...] na atual etapa histórica da humanidade, contudo, a esse alcançado patamar de relativa racionalidade segue-se o conhecimento de que nesse patamar há vieses, distorções” (LIMA, 1993, p.82).

2.1.3 *Transparência: essencial para a comunicação*

Talvez a esse propósito que os jornalistas deveriam direcionar sua prática: um jornalismo consciente dessas distorções e que não negue as suas ideologias – ao contrário, as exponha, trazendo transparência às suas ações. Que explique seus posicionamentos e permita ao público saber as motivações por trás de cada escolha e possa, dessa forma, ele próprio formar suas

opiniões a partir de informações claras, não permeadas por intenções encobertas sob o manto da imparcialidade. Isso nos leva a um conceito chave para a prática jornalística contemporânea: a transparência. “Se ética significa a luta para encontrar maneiras racionais de contrabalancear interesses e valores concorrentes, o conceito de *transparência* nos assegura que todos os atores envolvidos, ou partes interessadas, estejam falando a mesma língua” (PLAISANCE, 2011, p.70).

A confiança é um elemento fundamental da comunicação humana (PLAISANCE, 2011). “Sem confiança o contrato social se dissolve e as pessoas desaparecem, ao se transformarem em indivíduos defensivos lutando pela sobrevivência” (CASTELLS, 2013, p.7). E será que podemos confiar em quem não revela as motivações por trás de suas ações e decisões? “Os jornalistas estão constantemente formando juízos e decidindo o que acham que o público deve saber. O que eles às vezes não conseguem fazer, no entanto, é fornecer proativamente uma revelação completa em relação aos *métodos* que utilizam no seu trabalho” (PLAISANCE, 2011, p.93). Meditsch (2004) vê na falta de transparência um dos principais problemas do jornalismo como modo de conhecimento:

A notícia é apresentada ao público como sendo a realidade e, mesmo que o público perceba que se trata apenas de uma visão da realidade, dificilmente terá acesso aos critérios de decisão que orientaram a equipe de jornalistas para construí-la, e muito menos ao que foi relegado e omitido por estes critérios, profissionais ou não (MEDITSCH, 2004, p.374).

Aqui nos encara mais um impasse de uma imprensa que “[...] troca o interesse público pelo interesse do capital” (MARSHALL, 2003, p.163): comandada por elites que “[...] sempre apreciaram a sombra e a discrição [...] [com] horror da transparência” (RAMONET, 2012, p.53), como será possível que estabeleçamos uma comunicação social confiável? Essa é uma realidade que o avanço da *internet* e da sociedade em rede tem denunciado e combatido:

Em sua impressionante variedade de usos, a rede mundial de computadores tem permitido experiências de produção e difusão informativa com sentido contra-hegemônico – isto é, de questionamento do neoliberalismo e da ideologia mercantilista da globalização, bem como de denúncia de seus efeitos anti-sociais (MORAES, 2007, s/nº).

A *internet* possibilita a *autocomunicação*, uma conversa entre cidadãos não mediada por veículos de imprensa, mas estabelecida diretamente entre eles, baseada em “[...] redes horizontais de comunicação interativa que, geralmente, são difíceis de controlar por parte de governos ou empresas” (CASTELLS, 2013, p.12). Isso permite às pessoas uma independência maior, além de aumentar a vigilância sobre a atuação de jornalistas e até mesmo de governos. Denúncias de práticas nocivas à democracia, na *internet*, se tornaram comuns, trazendo maior transparência à vida

social: “Políticos viram-se expostos como corruptos e mentirosos. Governos foram denunciados. A mídia se tornou suspeita” (CASTELLS, 2013, p.7).

Por sua vez, os veículos alternativos encontram na *internet* possibilidades jamais pensadas antes: é possível existir, praticar e publicar um jornalismo livre das amarras comerciais, já que os custos de produção nos meios digitais são muito mais baixos. Porém, como fazer esse conteúdo circular nas *timelines* dos usuários da rede e não deixar que ele se perca no vazio da *internet*? Mesmo contando com as possibilidades de descentralização discursivas e de combate às práticas abusivas neoliberais propiciadas pelo avanço tecnológico, é necessário que se façam ressalvas a essas potencialidades. O mercado, não seria diferente, também estende suas garras em direção às novas plataformas de comunicação disponíveis, mantendo sua lógica mesmo no campo virtual, “[...] onde corporações midiáticas fincam seus tentáculos com agressividade, controlando os sites mais populares e com isso atraindo crescentemente anúncios e patrocínios” (MORAES, 2007, s/nº). No fundo, a lógica permanece a mesma: a visibilidade só é permitida a quem tem condições de pagar por ela.

Agora há, porém, um maior empoderamento do cidadão, não se pode negar. Se, por um lado, usuários são vigiados por governos e por empresas privadas, pelo outro, esses mesmos usuários têm condição de vigiar a atuação dos seus governantes e das empresas como nunca antes. Exige-se, hoje, maior transparência de todos, inclusive da mídia (PLAISANCE, 2011): os *webautores* produzem, editam, emitem, recebem, compartilham conteúdos diversos e podem contestar a atuação dos veículos jornalísticos, se perceberem que houve algum tipo de manipulação ideológica nas informações difundidas (RAMONET, 2012). A atuação da imprensa tradicional na cobertura dos Protestos de Junho, grandes manifestações que ocorreram em 2013 no Brasil, é exemplo disso: por meio da *internet* e das redes sociais, o trabalho de jornalistas foi questionado e, em mais de uma ocasião, os grupos de comunicação e seus profissionais se viram obrigados a fazer retratações sobre o que haviam noticiado primeiro¹⁴.

2.1.4 Jornalismo pelo desenvolvimento

Dito isso, mostra-se cada vez mais importante a produção de um jornalismo que não negue suas limitações e as ideologias por trás de seu trabalho, atuando de forma honesta e transparente. Tais mudanças no comportamento da imprensa, mais atenta às subjetividades,

14 Por exemplo, o comentarista da Globo, Arnaldo Jabor, que se retratou após denominar os protestos como puramente atos de vandalismo. Disponível em: <http://cbn.globoradio.globo.com/comentaristas/arnaldo-jabor/2013/06/17/AMIGOS-EU-ERREI-E-MUITO-MAIS-DO-QUE-20-CENTAVOS.htm>. Acessado em: 29/10/2015.

preocupada com a construção que faz do *Outro* e com a transparência, poderá apoiar-se no conceito de *jornalismo de desenvolvimento*, que se baseia “[...] numa filosofia de desenvolvimento que coloca a dignidade humana no centro de todas as coisas” (KUNCZIK, 1997, p.345). Deve-se estar preocupado, portanto, com o desenvolvimento da sociedade não apenas sob um viés econômico, mas especialmente humano: “[O desenvolvimento] não só significa elevar o nível de vida material como inclui também os ideais de valores mais humanos (justiça, segurança e igualdade)” (KUNCZIK, 1997, p.342-343). Não é demais repetir que nossas vidas já não podem “[...] se subordinar completamente aos objetivos econômicos” (KUNCZIK, 1997, p.344).

Para que isso ocorra, questões éticas da nossa sociedade devem ser postas em xeque por meio do jornalismo. A saúde financeira não pode prevalecer sobre a humana (não apenas física); mercados não devem reger a nossa felicidade: “O que importa não é o resultado do Produto Interno Bruto, mas o grau de satisfação e auto-realização da população, por mais que estes sejam difíceis de quantificar” (KUNCZIK, 1997, p.344).

Ainda assim, o que se percebe, ao contrário, é uma atenção cada vez maior aos desejos dos agentes do livre mercado: medidas de austeridade são tomadas da Grécia ao Brasil, gerando desemprego e esfacelando qualquer rede de proteção social; e são, independente do mal que produzam, reportadas como “boas” para um país em situação de crise¹⁵. Hoje, tudo se torna justificável sob um prisma econômico: “De maneira gradual mas inexorável, torna-se um axioma do discurso público que tudo o que economicamente 'tem sentido' não necessita do apoio de nenhum outro sentido – político, social ou categoricamente humano” (BAUMAN, 1998, p.61). Caberia, portanto, ao jornalismo contestar essa lógica do mercado.

Não podemos, no entanto, na ânsia da busca pela justiça social, nos desapegar da realidade de tal forma a esquecer como funcionam as empresas de comunicação. Nelas, mesmo que o jornalista busque praticar suas funções de acordo com o *polo ideológico* da profissão (TRAQUINA, 2004), esbarrará inevitavelmente em diversos constrangimentos organizacionais, como define Traquina (2004) a partir de estudos do sociólogo Warren Breed. São seis: 1) a autoridade institucional e as sanções; 2) os sentimentos de obrigação e estima para com os superiores; 3) as aspirações de mobilidade; 4) a ausência de grupos de lealdade em conflito; 5) o prazer da atividade; e, por último, 6) as notícias como valor, o que motivaria o jornalista a buscar sempre mais notícias, preocupado com quantidade mais que com qualidade, esquecendo-se, assim, de se questionar – e questionar a empresa – sobre a política editorial e *o que está se produzindo*.

15 “Governo prepara pacote de novas medidas para melhorar economia” era a manchete do portal G1, vinculado à Rede Globo, no dia 11/09/2015, em reportagem que relatava as medidas de austeridade propostas pelo governo federal brasileiro frente ao rebaixamento da nota de crédito do País pela empresa privada do mercado financeiro S&P. Acessado em 22/09/2015. Disponível em: <http://g1.globo.com/jornal-hoje/noticia/2015/09/governo-prepara-pacote-de-novas-medidas-para-melhorar-economia.html>

Frente a tais constrangimentos, Traquina (2004), citando os estudos de James Curran (1990), afirma que a autonomia do jornalista se mostra, no fundo, uma *autonomia consentida*; ou seja, ela é permitida somente “[...] enquanto for exercida em conformidade com os requisitos da empresa jornalística” (TRAQUINA, 2004, p.157).

Ainda assim, não se pode absolver na totalidade o profissional: não pode haver conformidade com “as coisas como são”. Se não levar os ideais de mudança adiante (ou, pior, se não os possuir), o jornalista ficará escravo de fórmulas falhas por toda a sua vida, já que “[...] são cômodas e respondem à agilidade exigida pela média das empresas de comunicação” (MEDINA, 2008b, p.58). O jornalista deve estar ciente da sua função educadora em busca do desenvolvimento social. Assim, saberá que sua prática está intimamente conectada ao fazer político e que é ele um agente da transformação social, apontando possíveis soluções para os nossos conflitos por meio da cessão de espaço à pluralidade de vozes. “É urgente exigir das grandes mídias que elas permitam aos jornalistas agir em função de sua consciência, e não em função dos interesses dos grupos, das empresas e dos patrões que os empregam” (RAMONET, 2012, p.63). Acrescentaria ainda: e nem aos interesses das empresas que financiam os grupos de comunicação.

Somente com o fortalecimento de uma imprensa de fato preocupada com o desenvolvimento social justo será possível produzir um jornalismo que respeite a pluralidade de vozes da democracia: “Uma das tarefas mais importantes do jornalismo de desenvolvimento é assinalar as alternativas e mostrar que os objetivos têm diferentes prioridades segundo as várias opiniões existentes na sociedade” (KUNCZIK, 1997, p. 348).

Por tamanhas responsabilidades sociais, os jornalistas não poderão nunca esconder-se do debate, do confronto e das diferenças. “O homem e o mundo desenvolvem-se dialeticamente a partir de conflitos”, logo, “[...] por certo, o jornalismo trata de conflitos” (LIMA, 1993, p.64). Aos jornalistas não caberá lugar sobre o muro – abster-se frente às desigualdades que nos assolam é, por si só, um ato de apoio aos opressores: “[...] o jornalismo de desenvolvimento, ainda que funcione como mediador, não pode ser passivo e refletir simplesmente as opiniões dos outros” (KUNCZIK, 1997, p.346). Conhecedor da sua função em prol do desenvolvimento humano, o jornalista estará apto a construir um ponto de encontro entre estabelecidos e *outsiders* (ELIAS, 2000), possibilitando um diálogo que reduza as distâncias geradoras de preconceito e exclusão social. “Enquanto insistirmos na competência do fazer, despojada de significado humano, pouco se avançará no diálogo possível numa sociedade em que impera a divisão, a grupalidade, a solidão” (MEDINA, 2008b, p.6). Ao contrário, porém, percebemos as empresas de jornalismo evitando ao máximo qualquer tipo de conflito que possa significar alguma perturbação aos leitores ou patrocinadores: “A prevalência de interesses comerciais faz com que os jornalistas tenham de 'agradar ao cliente', na

linha do 'nenhum leitor a menos', e o jornal prestador de serviço se aproxima da revista de entretenimento” (FONSECA, 2008, p.294).

É importante ressaltar, por isso, a importância do combate a um jornalismo que se mostra mais e mais desumanizado e conectado aos grupos estabelecidos no poder. “As redes financeiras e as multimídias globais estão intimamente ligadas, e essa metarrede particular detém um poder extraordinário” (CASTELLS, 2013, p.12). Se resta ainda algum valor ético ao ofício do jornalismo, “[...] talvez uma das profissões mais difíceis e com maiores responsabilidades sociais” (TRAQUINA, 2004, p.22), que se enfrente de uma vez por todas os ditos *mestres do mundo*, um “[...] feixe de grupos econômicos e financeiros planetários e de empresas globais, cujo peso nos negócios do mundo é, às vezes, mais importante que o dos Estados” (RAMONET, 2012, p.57). Esse estandarte, por razões óbvias, não será erguido pelos grandes grupos de comunicação, demasiadamente atrelados aos poderes político e econômicos estabelecidos¹⁶. “Essa situação é a tal ponto alarmante que não é falso afirmar que as mídias dominantes colocam atualmente um grave problema para a democracia” (RAMONET, 2012, p.53).

A revolução é, por essência, marginal: “Os agentes internos da cultura estão ligados a uma organização sócio-econômica que é ameaçada pelas modificações externas a seu círculo específico. Serão estas, por conseguinte, que terão a iniciativa” (LIMA, 1978, p.24). Mesmo que fracasse e pereça na jornada, caberá a essa *força externa* negar o desumano:

Podemos negar o modelo da modernidade, se quisermos. Podemos optar por um modelo mais humano e menos desgastante para os indivíduos [...] Mas estamos sendo mais humanos? Formamos uma sociedade que protege e ampara menores desvalidos? Que se interessa pela educação das gerações vindouras? (LIMA, 1993, p.249).

2.1.5 O papel do repórter: a apreensão do Outro

Na busca pela humanidade e sendo a reportagem a principal ferramenta do jornalismo para compreender e construir a alteridade, reveste-se de importância a atuação do repórter. “Construir um Jornalismo capaz de incorporar o Outro em sua plenitude é um desafio” (LAGO, 2010, p.169). O fardo, de fato, não é leve: mediar a relação entre *Eu* e *Outro* nas sociedades contemporâneas, construindo um “ponto de encontro” para que sujeitos distantes se descubram – tudo isso em um contexto de cada vez maior segregação: “A ética humanística do jornalista, fundada nos valores do interesse público e do bem-estar coletivo, acaba sendo atropelada pela

¹⁶ No Brasil, por exemplo, estima-se que, ainda em 2008, 271 políticos eram sócios ou diretores em 324 veículos de comunicação. Informação obtida no portal Donos da Mídia. Acessado em 11/09/2015. Disponível em: <http://donosdamidia.com.br/levantamento/politicos>.

assunção de uma ética econômica fundada no capitalismo e em interesses privados” (MARSHALL, 2003, p.56).

Será o repórter, em primeira instância, que estabelecerá contato e apreenderá o discurso e as subjetividades do *Outro*, transformando-o mais tarde em personagem de uma história que objetive conectar-se a outras subjetividades: a do público – em um percurso que passará antes pelas opções de edição corporativas. “Nessa inter-relação simbólica em que se dá a entrevista, não se pode omitir também o real/imaginário do próprio repórter” (MEDINA, 2008b, p.44). É nesse intrincado encontro de subjetividades que o repórter buscará o “diálogo possível”, que “[...] se dá sobretudo no nível da sensibilidade” (MEDINA, 2008b, p.31).

No entanto, a imprensa insiste em construir o *Outro* com base em estereótipos bastante rasos, “[...] criminalizado (no mais das vezes) ou glamourizado em narrativas que o percebem descontextualizado” (LAGO, 2010, p.173). Isso ocorre, é possível, por puro despreparo, além das condições impostas pela lógica de mercado, o que acarreta em um não aproveitamento das potencialidades do momento de contato com o *Outro*:

Não obstante, embora os jornalistas não recebam treinamento específico para realizar análises de caráter e temperamento e, quase sempre, nem disponham de tempo para isto, eles desfrutam frequentemente de um momento privilegiado para a observação das pessoas que vêm a tornar-se personagens de seus textos: o da comunicação face a face possibilitada pela entrevista (COIMBRA, 1993, p.118)

Dessa forma, a diferença, via de regra, aparece grotesca: “Os excluídos (negros, índios, migrantes etc.) quando incorporados, entram geralmente na categorização do grotesco” (SODRÉ, 2004, p.189). Isso porque a construção da alteridade parte sempre do ponto de vista do *Eu*, sendo que “[...] pouco ainda foi dito sobre a experiência vivida pelos que estão expostos à situação de serem colocados em posição de alteridade, e sobre a exclusão que resulta dela” (JODELET, 1998, p.65). Inverter essa lógica, permitindo ao *Outro* que se revele à sua própria maneira, é o que devem pretender os jornalistas. O *Outro* é, no jornalismo – ou deveria ser –, potencialidade, uma folha em branco, que será preenchida pelo próprio *Outro* antes do *Eu*. Para isso, o repórter verá no *Outro* um sujeito, não objeto: “O desafiador dessa aventura é a inquietude, mantida viva, de ir-ao-encontro-do-outro, não tomando o outro como ISTO, objeto em que imprimirei, a ferro e fogo, o meu EU” (MEDINA, 2008b, p.44).

Na visão do ser humano-indivíduo, centro de tudo, é ele que decide, ele que detém a última palavra no afirmar e no decidir se algo é justo ou não. O 'outro' não interessa, ou ao menos está em segundo plano, subordinado. Nós nos tornamos o centro do mundo. Por que isso? Exatamente porque o 'outro' não significa ou pouco significa para nós. Pois ele não faz parte de nós, é um estranho, um alienígena. Ele é o índio, o negro, a mulher, o excluído. Eu o explico, eu o domino, eu o exploro. E

mais: sou eu que decido quando há dominação, quando há compreensão, quando há exploração (GUARESCHI, 1998, p.159-160).

O essencial, portanto, é o repórter perceber sua fonte de informação em toda a sua riqueza: existe mais a se captar que o discurso – cheiros, movimentos, trejeitos, tudo é informação valiosa para a construção de “personagens redondas”, “[...] uma personagem dinâmica e multifacetada” (COIMBRA, 1993, p.73), em oposição a “personagens planas”, “[...] construída em torno de uma única ideia ou qualidade” (COIMBRA, 1993, p.72). A busca é “[...] da cor, do cheiro, do choro, do gozo, do ritmo, da dor, da esperança, da ternura, do tato, do gosto” (LIMA, 1993, p.172).

A principal ferramenta do repórter nesta jornada pela apreensão do *Outro* serão os seus sentidos, “[...] elementos essenciais na captação das informações” (COIMBRA, 1993, p.99). Penetra-se aí em um profundo mar de características psicológicas que, como define Coimbra (1993), podem ser divididas em: *paralinguagem* (modificadores de voz, segregadores vocais [uma hesitação, por exemplo], grito, cochicho, choro, pigarro, bocejo, suspiro); *gestos* (para substituir ou reforçar palavras); *postura* (indicativo de tensão, relaxamento, formalidade e hierarquia, informalidade, concordância e discordância, atenção e desatenção); *expressão facial*; *olhar*; *riso* (pode indicar prazer, ridículo, autossatisfação, aceitação, boas maneiras); *silêncio* (que tem entre as significações possíveis a recusa em responder a alguma pergunta, a expressão de um forte espanto, a demora em tomar decisões, autoridade, regulação de distância pessoal, controle sobre os outros, demonstração de desagrado, reação à adversidade); *distância* (a aproximação física pode funcionar como início de diálogo, tentativa de estabelecimento de diálogo, preâmbulo para uma ação em conjunto, uma ameaça); *toques* (indicativos de sexualidade, poder, afeição – dependendo da parte do corpo que se toca, a duração do contato, a pressão empregada, os movimentos após o toque, a presença de outras pessoas, o contexto do toque).

Perceber o *Outro*, compreendê-lo, senti-lo; fazer uso de todos os sentidos, notando também os cenários, o entorno, expressões, impressões: absolutamente tudo é informação relevante para uma reportagem aprofundada e humanizada. Quanto maior o detalhamento, mais crível e próxima do *Outro* será a história: os detalhes servem como *operadores de verossimilhança* (COIMBRA, 1993, p.95), por enraizarem o que é descrito num tempo e num espaço precisos: “[...] as características, os traços, as qualidades de uma personagem podem estar projetados, impressos, no seu espaço” (COIMBRA, 1993, p.113). A atenção aos detalhes dará a força necessária para a reportagem atingir o leitor: “O registro desses detalhes não é mero bordado em prosa. Ele se coloca junto ao centro do poder do realismo, assim como qualquer outro recurso da literatura” (WOLFE, 2005, p.55). É preciso que se compreenda, enfim, o *padrão de comportamento* da personagem, por

meio do “[...] registro dos gestos, hábitos, maneiras, costumes, estilos de mobília, roupas, decoração, maneiras de viajar, comer, manter a casa, modo de se comportar com os filhos, com os criados, com os superiores, com os inferiores, com os pares, além dos vários ares, olhares, poses, estilos de andar e outros detalhes simbólicos do dia-a-dia que possam existir dentro de uma cena” (WOLFE, 2005, p.55).

O momento de contato com o *Outro* é de uma riqueza incrível, e dele não se deve sair sem abalos:

Sua maior ou menor *comunicação* está diretamente relacionada com a humanização do contato interativo: quando, em um desses raros momentos, ambos – entrevistado e entrevistador – saem “alterados” do encontro, a técnica foi ultrapassada pela “intimidade” entre o EU e o TU (MEDINA, 2008b, p.7).

Com isso em vista, podemos definir a primeira – e talvez única (ao menos a única que deve ser respeitada em absoluto) – regra para a produção de uma boa reportagem (entendendo-se por “boa” aquela matéria que possibilita a compreensão das motivações do *Outro* em suas atitudes e crenças): *estar lá*. “É, sobretudo, através da comunicação face a face, possibilitada pelas entrevistas, que o jornalista observa as pessoas que se tornarão personagens de seu texto” (COIMBRA, 1993, p.20). Mais que regra, aliás, tenhamos isso por lei: “A mais importante experiência dos outros ocorre na situação de estar face à face [...] [quando] a subjetividade do outro me é acessível mediante o máximo de sintomas” (BERGER; LUCKMANN, 2003, p.47). É em frente ao *Outro* que o terei inteiramente disponível para análise: as roupas que usa, o tom de sua voz, seu olhar, tudo estará ao alcance. “De fato, pode-se afirmar que o outro na situação face a face é mais real para mim que eu próprio” (BERGER; LUCKMANN, 2003, p.47). É nessas ocasiões que se buscará entender o *Outro* para além do seu discurso, que, é bem verdade, poderá ter sido friamente pré-programado para fornecer apenas as informações que interessem a quem fala. Frente a frente, não há fuga: “[...] numa comunicação face a face ocorrem muito mais coisas que uma simples troca de palavras entre interlocutores” (COIMBRA, 1993, p.118).

Mas de que forma será possível penetrar nas noções de mundo do *Outro*, aprofundar-se numa realidade que não a nossa? Como será possível abrir um diálogo entre diferentes entes sociais senão fugindo das técnicas frias propostas pelo jornalismo racionalista? “A entrevista pode ser apenas uma eficaz técnica para obter respostas pré-pautadas por um questionário. Mas certamente não será um braço da comunicação humana, se encarada como simples técnica” (MEDINA, 2008b, p.5). Neste momento vital de encontro com o *Outro*, o jornalista poderá amparar-se nos ensinamentos da Antropologia, “*locus* de gestão da alteridade” que “[...] tem muito a nos ensinar em termos de percepção do Outro [...] por ter sedimentado em seu campo uma antiga, extensa e

profunda reflexão sobre as limitações quando o que está em jogo é o confronto entre diferentes” (LAGO, 2010, p.169). Em especial, os repórteres poderão fazer uso de técnicas do fazer etnográfico, próprio do campo antropológico, que é construído “[...] a partir de uma inter-relação entre o(a) pesquisador(a) e o(s) sujeito(s) pesquisados que interagem no contexto recorrendo primordialmente as técnicas de pesquisa da observação direta, de conversas informais e formais, as entrevistas não-diretivas, etc” (ECKERT; ROCHA, 2008, s/nº). Práticas semelhantes usará o profissional da imprensa – se o que busca é a apreensão honesta do *Outro*.

A pesquisa etnográfica constituindo-se no exercício do olhar (ver) e do escutar (ouvir) impõe ao pesquisador ou a pesquisadora um deslocamento de sua própria cultura para se situar no interior do fenômeno por ele ou por ela observado através da sua participação efetiva nas formas de sociabilidade por meio das quais a realidade investigada se lhe apresenta (ECKERT; ROCHA, 2008, s/nº).

É importante ter em mente, também – e aqui lançamos mais um conhecimento tomado da Antropologia –, que o repórter (no caso, pesquisador) “[...] não pode se transformar em nativo(a), submergindo integralmente ao seu *ethos* e visão de mundo, tanto quanto não pode aderir irrestritamente aos valores de sua própria cultura para interpretar e descrever uma cultura diferente da sua própria” (ECKERT; ROCHA, 2008, s/nº). Não impor práticas etnocêntricas é essencial para a construção de uma reportagem valorosa (o que não significa, de forma alguma, voltar a proteger-se nas muralhas da objetividade/imparcialidade). Significa, na verdade, “[...] não fazer com que os juízos de valores da sociedade do(a) próprio(a) pesquisador(a) persistam ao olhar o Outro evitando a armadilha de ver o Outro com os valores de uma sociedade tão distante que gere e reproduza o preconceito” (ECKERT; ROCHA, 2008, s/nº). O que se busca, e soa até simplista, é conhecer o *Outro* e compreender suas motivações de vida, estando o repórter aberto à subjetividade alheia; entendendo seu contexto e sentimentos, perceberá – e poderá, mais tarde, revelar isso a um conjunto maior da sua sociedade – que as razões para as ações individuais são também permeadas pela coletividade. Com a proximidade, preconceitos são superados:

A acuidade de observar as formas dos fenômenos sociais implica na disposição do(a) pesquisador(a) a permitir-se experimentar uma sensibilidade emocional para penetrar nas espessas camadas dos motivos e intenções que conformam as interações humanas, ultrapassando a noção ingênua de que a realidade é mensurável ou visível, em uma atitude individual (ECKERT; ROCHA, 2008, s/nº).

É necessário, pois, adentrar as camadas mais profundas do *Outro*, seu contexto, seus sentimentos e internalidades. Mas como pode um jornalista, tão apegado ao real palpável, focar seu trabalho em emoções e pensamentos de outras pessoas? “A resposta mostrou-se deslumbrantemente simples: entreviste-os sobre seus sentimentos e emoções, junto com o resto” (WOLFE, 2005, p.55).

E é exatamente do *new journalism* norte-americano, movimento encabeçado por Tom Wolfe nos anos 1960, em muito inspirado no realismo social de autores literários como Balzac, Fielding, Smollett, Gógol e Dickens (LIMA, 1993, p.150), que podemos nos servir, agora, na busca por um jornalismo pós-moderno que supere as limitações impostas pelo racionalismo da modernidade e se desintoxique da ideologia neoliberal vigente. Inspirado na literatura, o *new journalism* pregou a liberdade técnica, definindo (ou, talvez melhor, *confundindo*) as fronteiras entre jornalismo e literatura:

Era a descoberta de que é possível na não-ficção, no jornalismo, usar qualquer recurso literário, dos dialogismos tradicionais do ensaio ao fluxo de consciência, e usar muitos tipos diferentes ao mesmo tempo, ou dentro de um espaço relativamente curto... para excitar tanto intelectual como emocionalmente o leitor (WOLFE, 2005, p.28).

Não havia normas, não havia limites: “Neste Novo Jornalismo não há regras sacerdotais” (WOLFE, 2005, p.57). Obviamente, nada disso liberou à época – e nem liberaria agora – o jornalismo do apego absoluto ao verídico: “[...] nem a possível admissão de subjetividade no Jornalismo invalida a sua aspiração à exatidão” (COIMBRA, 1993, p.102). Esta *aspiração à exatidão*, aliás, dará ao jornalismo uma vantagem em relação aos gêneros literários dos quais se alimenta: “O tempo todo, bem além das questões de técnica, existe uma vantagem tão óbvia, tão interna, que quase se esquece o poder que ela tem: o simples fato de o leitor saber que *tudo aquilo realmente aconteceu*” (WOLFE, 2005, p.57)

Sabe-se, hoje, que as fronteiras entre real e imaginário não são facilmente demarcadas: “Ao se tratar do Homem [...] não há como desvincular essa ambiguidade entre o real e o sonho, o objetivo e o subjetivo. Mesmo que se trate da notícia de sobrevivência imediata” (MEDINA, 2008b, p. 45). Em outras palavras, “[...] o jornalismo não deixa de abordar o real, não se confunde com a ficção. Mas nega que o real seja apenas sua porção mais aparente, visível, concreta, material” (LIMA, 1993, p.101-102). Esse salto jornalístico em direção ao subjetivo é, no fundo, um salto em direção ao humano:

A entrada do homem no mundo subjetivo estabelece um marco fundamental na aventura humana, pois é a conquista de um novo universo, de uma nova realidade, onde o pensamento já não se investe totalmente no momento presente, onde irrompe a noção de tempo no seio da consciência, onde surge a consciência de transformação de um estado para outro – um salto noológico e verdadeiramente humano (GRECO *apud* MEDINA, 2008b, p.40)¹⁷.

No *new journalism* também podemos encontrar inspiração para a construção das reportagens em seu âmbito prático (escrita, estrutura, imagens, sons). Isso porque esses escritores-

¹⁷ Obra original não encontrada no decorrer da pesquisa.

jornalistas mostraram disposição para romper paradigmas e reaproximar o jornalismo da arte narrativa literária; assim, o reaproximaram também de seu caráter revolucionário: “[...] a saída para a renovação estilística do jornalismo, para sua renovação enquanto força capaz de comunicar e permanecer, pelo menos no caso da grande-reportagem, transita pela aproximação às formas narrativas das artes” (LIMA, 1993, p.106). É a arte que trará a reflexão profunda, capaz de romper barreiras e promover mudanças na sociedade. O artista capta o que, muitas vezes, o jornalista é incapaz de ver (ou ensinado a ignorar): “[...] o artista percebe muito bem a interpenetração de real e imaginário e lida como um bom maestro diante desses dois mundos que convivem na *realidade* do homem” (MEDINA, 2008b, p.43).

Esse cerceamento da criatividade humana imposto pela rotina industrial da produção de notícias em massa pensada exclusivamente para vendas, com uma “[...] cosmovisão comprimida por valores de um universo empresarial inerentemente conservador” (LIMA, 1993, p.160), precisa ser superado. Somente assim poderá o jornalismo, inspirado pelas artes, trazer algum desequilíbrio ao mundo, no melhor de seus sentidos:

É preferível o desequilíbrio, isto é, um certo grau de desajuste entre o leitor e o mundo, a partir da leitura, mas de tal modo estimulado, que o texto lança o receptor, como se movido por um choque, em direção a novas tentativas de reordenação – de compreensão, no caso, de conquista de conhecimento aprofundado da realidade – do caos (LIMA, 1993, p.112).

Criatividade, porém, não se aprende em manuais. Não estará dito aqui, como em um guia passo-a-passo, como romper as barreiras limitadoras da prática jornalística – sequer temos tal resposta, que, em verdade, inexistente. A linha entre o genial e o ridículo é tênue – “[...] mas antes soar ridículo que sequer tentar”, já dizia o editorial da edição número 13 da Revista Bastião. “Não há fórmulas, rotinas que sirvam para aplacar a inquietude de quem procura a expressão” (MEDINA, 2008b, p.61). O que pode ajudar é ter em mente a chave *fluência/eficiência* proposta por Medina (2008b) e deixar se impregnar pelo *Outro*, imergindo na sua história, tal qual os *new journalists*, “[...] da cabeça aos pés” (LIMA, 1993, p.149).

O desafio de construir um relato do *Outro* fiel à sua riqueza é imenso: “Montar uma grande matéria oferece dificuldades similares à estruturação de uma narrativa literária, a de um conto, por exemplo” (MEDINA, 2008, p.65). Nesse sentido, Wolfe (2005) propõe a utilização de quatro recursos na construção da reportagem:

- 1) Construção cena a cena;
- 2) Diálogos realistas;

3) Ponto de vista da terceira pessoa (muito utilizado, mas restrito ao *eu estava lá*, sem mostrar de fato o ponto de vista do *Outro*): “Isso, contudo, é limitador para o jornalista, uma vez que ele só pode levar o leitor para dentro da cabeça de um personagem – ele próprio –, um ponto de vista que muitas vezes se mostra irrelevante para a história e irritante para o leitor” (WOLFE, 2005, p.54-55);

4) Padrão de comportamento da pessoa, partindo da observação participante e de entrevistas não-diretivas, que indicarão hábitos, trejeitos, maneiras de se portar em diferentes situações e com diferentes pessoas, permitindo que se construa a personagem apropriadamente.

As realidades que nos cercam, tão amplas, das quais enxergamos apenas um pedaço, passíveis de múltiplas interpretações, por vezes tão injustas e sempre surpreendentes, são fontes de situações inimagináveis e, não raro, mais fantásticas que a própria fantasia. Ao jornalista caberá aventurar-se pelas possibilidades, sempre agarrado à veracidade dos fatos narrados, lembrando que só ele vê o que vê da forma como vê. As formas para tanto, ampliadas com as múltiplas possibilidades oferecidas pela *internet*, precisam ser exploradas, sem medo. O salto a ser dado é em direção ao caos da arte; somente assim o jornalismo poderá se salvar da racionalidade extremada que o afastou das pessoas.

Que se dane... Que reine o caos... aumentem a música, mais vinho... Que se danem as posições... o degrau de cima é de quem pegar primeiro. Todas as velhas tradições estão exauridas, e nenhuma nova foi estabelecida. As apostas estão suspensas! as vantagens canceladas! o jogo não é de ninguém!... os cavalos estão todos dopados!... a pista é de vidro!... e de um caos assim glorioso poderá surgir, da mais inesperada fonte, da mais inesperada forma alguma bela, nova e gorda Explosão de Estrelas de Fogos de Artifício que incendiará o céu (WOLFE, 2005, p.60).

3 METODOLOGIA: UM ESTUDO DE CASO DA REVISTA BASTIÃO

A ferramenta metodológica escolhida para a construção desta monografia foi o Estudo de Caso, opção baseada nas ideias de três autores principais: Yin (2010), Triviños (1987) e Duarte (2012) – esta última faz um grande apanhado de teorizações sobre a metodologia em questão. O Estudo de Caso é tido como “[...] uma boa maneira de introduzir o pesquisador iniciante nas técnicas de pesquisa ao integrar o uso de um conjunto de ferramentas para levantamento e análise de informações” (DUARTE, 2012, p.215) e, por isso, foi o escolhido para analisar a Revista Bastião. Junto a essa técnica, empreenderemos também a Análise do Discurso (AD) de três reportagens publicadas na revista, com o intuito de compreender como se dá a construção da alteridade e do *Outro* nesses materiais. Para tanto, nos basearemos em Benetti (2008), que lança um exemplo de aplicação da AD na investigação em jornalismo. O critério de escolha das reportagens foi de ordem subjetiva, uma vez que escolhemos três matérias que consideramos exemplares do tipo de construção jornalística a que a Revista Bastião se propõe.

Somam-se ao conhecimento desses autores as noções de proximidade e de distanciamento necessárias ao pesquisador para a realização de uma análise científica, abordados sob a ótica de Velho (1987), que teoriza o processo de “estranhar o familiar” a fim de tecer interpretações acerca de um objeto próximo ao pesquisador. Tal observação será importante para validar o estudo, levando em conta o grau de intimidade entre pesquisador e objeto, conforme anteriormente revelado.

Segundo definição de Yin (2010), “o estudo de caso é uma investigação empírica que investiga um fenômeno contemporâneo em profundidade e em seu contexto de vida real, especialmente quando os limites entre o fenômeno e o contexto não são claramente evidentes” (YIN, 2010, p.39). A intenção deste estudo, portanto, mais que explicitar o espaço destinado ao *Outro* na Revista Bastião, é captar o contexto que faz o *Outro* ser mostrado como é, as crenças e as ideologias por trás da organização jornalística alternativa sob análise e, a partir daí, apontar indícios sobre a construção da alteridade na contemporaneidade: “[...] o interesse não é pelo caso em si, mas pelo que ele sugere a respeito do todo” (CASTRO apud DUARTE, 2012, p.219)¹⁸. O Estudo de Caso, tido como ferramenta de análise qualitativa, é, no fundo, uma prática *naturalística*, porque “[...] se desenvolve numa situação natural, é rico em dados descritivos, tem um plano aberto e flexível e focaliza a realidade de forma complexa e contextualizada” (LÜDKE; ANDRÉ apud DUARTE, 2012, p.218)¹⁹. Essa compreensão contextual será essencial para o entendimento da

18 Obra original não encontrada no decorrer da pesquisa.

19 Obra original não encontrada no decorrer da pesquisa.

construção dos discursos sobre o *Outro* no Bastião. “Ao retratar a realidade de forma completa e profunda, o pesquisador destaca a multiplicidade de dimensões presentes em uma determinada situação, enfatizando a sua complexidade natural e revelando as possíveis inter-relações de seus componentes” (DUARTE, 2012, p.233). Complexidade que, por sua vez, aumentará “[...] à medida que se aprofunda no assunto” (TRIVIÑOS, 1987, p.134). Esse retrato “completo e profundo” é feito por meio de uma descrição densa, apresentado já no trecho anterior deste capítulo, que explicitou as crenças e motivações nas construções da Revista Bastião.

Existem ressalvas quanto ao rigor científico do Estudo de Caso. Tal crença fundamenta-se ainda em um racionalismo positivista: “Realmente o Estudo de Caso não foi uma classe de pesquisa típica do modelo positivista, tão inclinado à quantificação das informações” (TRIVIÑOS, 1987, p.133). Superada essa lógica positiva, entende-se aqui que este “[...] é o método que contribui para a compreensão dos fenômenos sociais complexos, sejam individuais, organizacionais, sociais ou políticos” (DUARTE, 2012, p.234), pela noção do todo que traz a partir das especificidades do objeto analisado, validando a sua utilização.

Também analisaremos em profundidade três reportagens da Revista Bastião, em busca da compreensão das estratégias de comunicação sobre as quais foram construídas e como o *Outro* é percebido nelas. Isso nos indicará de fato como a alteridade é construída nos textos jornalísticos da revista. Para tanto, será utilizada, em conjunto com o Estudo de Caso, a Análise de Discurso, “[...] especialmente produtiva para dois tipos de estudo no jornalismo: mapeamento das vozes e identificação dos sentidos” (BENETTI, 2008, p.107). Em consonância com a lógica do Estudo de Caso, esse método percebe o texto como produto decorrente de um “[...] movimento de forças que lhe é exterior e anterior” (BENETTI, 2008, p.111):

O texto é a parte visível ou material de um processo altamente complexo que inicia *em outro lugar*: na sociedade, na cultura, na ideologia, no imaginário. A conjugação de forças que compõem o texto nem sempre é aparente – diríamos mesmo que raramente é visível por si mesma, e só o método arqueológico do analista de discurso pode evidenciar esta origem. Importa compreender que existe uma exterioridade que não apenas repercute no texto, mas que de fato o constitui e não pode ser dele apartada (BENETTI, 2008, p.111).

Este estudo, portanto, faz dois movimentos: um de fora para dentro, com o Estudo de Caso, que busca compreender a construção do jornalismo do Bastião a partir do seu contexto, das suas motivações e das suas ideologias; e outro inverso, de dentro para fora, com a Análise de Discurso, que vai, a partir do texto, em direção ao que lhe é exterior, o que o fez ser como é: “[...] no método de análise, fazemos o caminho inverso do discurso: partimos do texto para o que lhe é anterior e exterior” (BENETTI, 2008, p.115).

O primeiro passo para a Análise de Discurso é mapear, no próprio texto, *formações discursivas (FDs)*, “[...] espécie de *região de sentidos*” (BENETTI, p.112). A intenção, aqui, é criar uma tabela que aponte os principais sentidos apresentados nos textos. “Depois de identificar os principais sentidos e reuni-los em torno de formações discursivas mínimas, o pesquisador deve buscar, fora do âmbito de texto analisado, a constituição dos discursos 'outros' que atravessam o discurso jornalístico” (BENETTI, 2008, p.113). Neste momento, a análise discursiva poderá encontrar no Estudo de Caso informações contextuais preciosas a respeito do objeto.

Para cada FD, que engloba um sentido específico encontrado nos textos jornalísticos do Bastião, encontraremos *sequências discursivas (SDs)*, que são trechos extraídos desses textos que corroboram os sentidos nucleares dessas FDs. No próximo capítulo, onde serão apresentadas e analisadas as reportagens, essas sequências estarão sempre ressaltadas pelo uso do negrito (BENETTI, 2008).

Pela Análise de Discurso, também será buscada a identificação das *posições de sujeito* ocupadas pelo *Outro* nas reportagens da Revista Bastião. A fim de identificar os *lugares de fala* em um discurso, “[...] é preciso mapear as vozes que o conformam e, nesse movimento, refletir sobre as *posições de sujeito* ocupadas por indivíduos distintos” (BENETTI, 2008, p.116). Mapear as fontes utilizadas nas reportagens analisadas permitirá entender como se constroem esses *lugares de fala* destinados ao *Outro*, essenciais para a construção da alteridade livre da subjugação do *Eu*.

Além disso, como este é um estudo no qual a proximidade entre pesquisador e objeto é grande, é importante termos atenção em relação a situações nas quais pode haver uma fuga do rigor científico necessário. Dada esta intimidade, é importante “[...] elaborar um plano de pesquisa que leve em consideração os perigos do sentimento de certeza (inevitável, mas superável)” (DUARTE, 2012, p.222). A “[...] análise do que é familiar pode, sem dúvida, envolver dificuldades diferentes do que em relação ao que é exótico” (VELHO, 1978, p.41). Estranhar o familiar, portanto, é preciso, e isso só é possível “[...] quando somos capazes de confrontar intelectualmente, e mesmo emocionalmente, diferentes versões e interpretações existentes a respeito de fatos, situações” (VELHO, 1978, p.45). Isso não significa, porém, negar a proximidade com o objeto. Ela está inevitavelmente ali e pode, na verdade, se mostrar benéfica, pois fornece noções aprofundadas sobre o funcionamento da organização sob análise.

Olhando para um objeto de estudo que nos suscita tamanha afetividade, o objetivo é somar o sensível ao racional, união chave para o progresso humano. A partir da aceitação de ideologias e da impossibilidade de uma objetividade absoluta, estaremos um passo mais próximo de uma verdade jamais única: “Essa é uma equação-chave no universo acadêmico. A produção de

conhecimento com viés social, que seja ao mesmo tempo científica e ideológica. Dessa dialética, a ciência acaba extraindo a melhor possibilidade de verdade” (MARSHALL, 2003, p.20).

3.1 Algo pouco visto hoje em dia, um produto do prazer

Quem poderá dizer se é qualidade ou defeito capital não saber viver em seu próprio mundo? O Bastião, não há dúvidas, nunca soube, e a isso pagará com a própria existência, mais cedo ou mais tarde. Por não tratar como prioridade o que mais importa no universo das desigualdades, morrerá por justa causa: desnutrição financeira. Nascido de um idealismo quase juvenil, não poderia ser diferente: as asperezas do mundo dos negócios não foram evitadas; as injustiças, por mais que combatidas por meio do jornalismo, sugaram a alma até dos mais iludidos da equipe. Do sonho, resta a resignação com um futuro difícil de impedir ou de sequer melhorar. Esse texto, aliás, enfrenta uma grave ambivalência ao ser escrito: não sabe se dizer passado ou presente, muito menos futuro. Não sabe se o Bastião é ou foi.

Mas, antes de falarmos em morte, falemos da vida.

O Bastião nasceu em abril de 2011 (a primeira impressão viria quatro meses mais tarde), idealizado por quatro jovens universitários, estudantes do quarto semestre de Jornalismo da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), grupo do qual fiz parte. A iniciativa é fruto de diversas insatisfações e do anseio por espaços de expressão: a academia se provava demasiadamente distante da rua e de sua ensurdecadora desigualdade social; o mercado acenava apenas com precarização das condições de trabalho, baixa remuneração e pouco, se algum, espaço para inovação; a vida em si assustava, mostrando-se injusta, poluída e bem mais dolorida que o esperado. A pretensão do Bastião em sua criação era, no melhor dos sentidos, combater essas insatisfações e provar, de alguma forma, que uma realidade diferente era possível.

Assim surgiu a proposta de levar ao jornalismo pautas que fomentassem o debate aprofundado e a análise crítica da sociedade, entendendo a defesa dos direitos humanos como princípio ético norteador da prática jornalística. A escolha pelo meio impresso foi natural, uma vez que a intenção era produzir reportagens aprofundadas e, àquela altura, imaginava-se o papel como a melhor plataforma para este tipo de comunicação. Além, claro, de todo o romantismo envolvido no tato e no aroma de uma revista recém-impressa. Dessa forma, mensalmente passou-se a imprimir reportagens e entrevistas sobre sociedade, cultura urbana e política, com ênfase também na valorização da arte independente, já que sempre houve contribuições de ilustradores, fotógrafos, poetas e escritores de várias partes do Brasil.

A principal característica do jornalismo construído pelo Bastião está na forma como ele é feito: na rua, com entrevistas feitas “cara a cara”, longe de telefones, e-mails e do conforto das redações tradicionais. Entendemos que somente assim é possível construir um jornalismo que seja efetivamente ligado aos interesses sociais e que mostre as diversas facetas e personagens da cidade. Quem fala, em primeiro lugar, são as pessoas diretamente envolvidas nas questões abordadas pelas pautas; apenas em segundo plano vêm as vozes oficiais, de discurso previsível e já amplamente difundidos nas mídias tradicionais, que promovem, “[...] com isso, a unilateralidade da informação: só os poderosos falam através das entrevistas” (MEDINA, 2008b, p.18). O Bastião contestou essa lógica monológica e buscou ceder espaço de fala às pessoas diretamente afetadas pelos temas de suas reportagens, promovendo a representatividade cidadã e a pluralidade de vozes.

Essa foi a intenção desde o princípio: constituir um espaço de fala para os cidadãos que não encontravam nenhum outro caminho de expressão no jornalismo tradicional, pretendendo, com isso, potencializar o alcance dessas “vozes esquecidas”. Eram histórias que ninguém contava, mas que estavam ali, gritantes, nas ruas. Não se buscava, importante ressaltar, *ser a voz*, mas sim servir como um *espaço de voz*; afinal, ainda que constantemente silenciadas, as personagens excluídas dos veículos de comunicação tradicionais têm muito a falar e a contribuir. A forma escolhida para tanto foi a reportagem, essência do jornalismo: com humanização, contextualização e aprofundamento, as distâncias sociais poderiam ser vencidas, as pessoas poderiam se experimentar, perdendo o medo umas das outras. Haveria compreensão; o preconceito seria vencido. Esse era, ao fim, o nem tão humilde sonho: por meio do jornalismo, aproximar a sociedade, tanto quanto os mercados de consumo que regem nossas vidas permitissem, de um ideal de justiça social.

Em suas pautas, o Bastião sempre se dedicou a abordar questões relativas aos direitos humanos, seja pela denúncia de situações de violação desses desejos, seja pelo relato de histórias que inspiram. Desta maneira, são temáticas recorrentes as questões de gênero e sexualidade, raciais e sociais, destacando a luta pelos direitos LGBT, das mulheres, das minorias raciais e das populações em situação de vulnerabilidade. Debates relacionados à vida urbana também são frequentes, como o direito à moradia, a condição dos presídios (e dos apenados), a mobilidade urbana, a cultura digital e suas relações políticas e a luta pela liberdade e pela democracia. Cabe destacar também os debates sobre a produção cultural brasileira, especialmente aquela feita de maneira independente. Nas reportagens com figuras que passam despercebidas pelos porto-alegrenses ou nas entrevistas com personagens reconhecidas nacionalmente, as reflexões e os debates levaram sempre a essas questões.

Os primeiros 16 números da Revista Bastião possuíam 12 páginas cada, divididas entre duas reportagens aprofundadas, uma entrevista e conteúdos artísticos. A tiragem era de 1.500

exemplares. Essa foi, como veremos adiante, a “era amadora” do Bastião. No que chamaremos de “era profissional”, iniciada na 17ª edição, publicada em setembro de 2013, quase triplicou-se o número de páginas (subiu para 32), dobrou-se a tiragem (em um primeiro momento) e foi dado mais espaço para a arte, para a literatura, para a fotografia e para novos formatos jornalísticos. Essência da revista, foram mantidas a entrevista e as duas reportagens aprofundadas, acompanhadas então de mais páginas para conteúdos diversos.

A linguagem utilizada na revista mescla a profundidade e a verdade próprias do jornalismo com o caráter artístico da literatura. O Bastião entende que suas produções devem aliar a seriedade dos debates que propõe à beleza e à ousadia na estética. Por isso, aposta em uma revista impressa que proporcione uma experiência agradável aos sentidos do leitor, seja pela visão, pelo tato ou mesmo pelo olfato. O papel e o formato escolhidos atuam para isso, e a diagramação, inspirada pela estética urbana, também pretende permitir ao leitor a melhor experiência possível de consumo das histórias publicadas. A qualidade estética, dessa forma, permite às reportagens um voo mais profundo nas subjetividades do público. No site, esses conceitos se mantêm e se aliam à multimídia e à interatividade. Ilustrações e fotografias são escolhidas cuidadosamente para contribuir com essa lógica.

A equipe, que começou com os quatro estudantes de Jornalismo (Arthur Viana, Douglas Freitas, Gabriel Howell e Luiza Müller), logo cresceu, e somaram forças colegas dos cursos de Publicidade e Propaganda, Relações Públicas, Letras e do próprio Jornalismo, dando uma característica transdisciplinar à equipe. Nos primeiros meses de trabalho, já eram 18 membros envolvidos na produção da revista, número que oscilou ao longo dos anos. Hoje, são 12 pessoas envolvidas no projeto. Fizeram parte da revista, em algum momento: Ana Elizabeth Soares, Ana Paula Neri, André Lacasi, Angela Tolfo, Carlos Machado, Cíntia Warmling, Dante Roman, Gilberto Sena, Ingrid Haas Pilar, Jéssica Kilpp, João Filipe Padilha, Juliano Zarembski, Laís Webber, Lisiane Danieli, Lucas Monteiro, Luciano Viegas, Luiza Zanotto, Mateus Astarita, Maurício Pflug, Nádia Alíbio, Paulo Lange, Ramiro Simch, Samantha Diefenthaler e Sergio Trentini.

A gestão do Bastião se dá com a divisão de funções claras (reportagem, fotografia, ilustração, *design*, revisão, *webdesign*, mídias sociais), mas sem hierarquias estabelecidas. Não há a figura do editor. Todos exercem o papel de coeditor, opinando e colaborando no processo de produção jornalística. Existe a divisão por núcleos, nos quais cada integrante possui responsabilidades, o que não restringe o trânsito da mesma pessoa em diferentes funções, se tratando apenas da formalização de responsabilidades e processos internos. A própria escolha das pautas e a definição das suas perspectivas é feita de modo coletivo, em um processo ainda mais amplo, visto que eventualmente são realizadas “reuniões de pauta abertas” – encontros abertos à

comunidade para que qualquer interessado participe do fazer jornalístico do Bastião. O intuito, com isso, é permitir aos cidadãos que participem na construção do jornalismo, minimizando a centralização nos comunicadores envolvidos e ampliando as realidades entendidas e abordadas na revista. “A questão do conhecimento que o jornalismo produz e reproduz e dos seus efeitos pode ser demasiado estratégica para a vida de uma sociedade para ser controlada exclusivamente pelos jornalistas como grupo profissional ou pelas organizações onde trabalham” (MEDITSCH, 2004, p.377).

A periodicidade, inicialmente, era mensal, o que perdurou pelos 16 primeiros números. A essa fase que chamamos de “era amadora”. O amadorismo está intimamente ligado à paixão, ao *fazer acontecer* mesmo que faltem meios para tanto, a alimentar sonhos e idealismos mesmo frente a uma realidade assustadoramente dura, injusta e desigual. Como afirma o primeiro editorial do Bastião, falando em primeira pessoa:

Não é fácil entrar numa empreitada como essa. Começar um projeto do zero e se comprometer a ele como se tudo dependesse disso, tendo certeza que o retorno financeiro é, no mínimo, improvável – apesar do sonho delirante de riqueza de alguns. É por isso que sou diferente. Sou resultado de trabalho árduo, mas nenhum pingão de tinta escorrido nas minhas páginas é feito por obrigação. Tudo é criado pela simples ânsia de se criar. Preciso sofregamente existir. Afinal, sou algo pouco visto hoje em dia. Sou produto do prazer (Revista Bastião, nº1, agosto de 2011, p.9)

A distribuição das revistas nesse período era gratuita e se dava em universidades e pontos culturais da Região Metropolitana de Porto Alegre, como Casa de Cultura Mário Quintana, StudioClio e centros acadêmicos da UFRGS, PUCRS, Unisinos e UniRitter. Muito em razão desses pontos, em especial as universidades, que são ainda espaços frequentados majoritariamente pelas camadas economicamente favorecidas da sociedade, o público principal do Bastião formou-se nessas classes sociais, principalmente jovens universitários. No quesito assinaturas, no entanto, que no primeiro ano marcava cerca de duas centenas de nomes, os leitores se mostraram mais velhos, na casa dos 40 a 50 anos. Em um âmbito geral, os consumidores da revista são tidos por “culturalmente ativos”: frequentadores de cinema, teatro, casas de espetáculo e eventos culturais e políticos diversos. Essa diferença social entre público e personagens das reportagens comprova a construção de um “ponto de encontro” nas páginas da revista, mediado pelo jornalismo e capaz de conectar realidades distantes. Pelas características próprias da reportagem, toma-se as personagens dentro de seus contextos, tornando possível a compreensão para as suas formas de agir; mostrando-as – e permitindo que se mostrem – como de fato são, possibilitando, assim, a tão necessária aproximação entre entes sociais distantes.

Isso não significa, porém, que há o intuito de limitar a distribuição de revistas às camadas mais abastadas da sociedade. Pelo contrário: a crença na gratuidade, fomentada pelo desejo idealista de permitir a livre circulação de informação, deixando-a disponível a todos cidadãos, pretende, no fundo, estourar a “bolha” do público cativo do Bastião, ampliando-o a outras realidades. É o espírito da cultura *hacker* – a “[...] cultura da liberdade ampla e irrestrita” (FOLETTTO, 2013, s/nº) – permeando a ideologia da revista, que, além disso, também disponibiliza seus conteúdos sob licença *Creative Commons*, facilitando assim a sua circulação, em contraste à prática mercadológica do *copyright*²⁰. A informação é tida como direito; a notícia, mais que um mero produto à venda, tem uma função social na luta por igualdade. Essa aproximação da prática jornalística das noções da ética *hacker*, aliás, é muito mais íntima do que se percebe em um primeiro momento: ela se dá “[...] pela própria lógica de trabalho de ambos, jornalistas e hackers, de 'ir atrás da informação', buscando-a em arquivos, bases de dados ou com fontes” (FOLETTTO, 2013, s/nº). A busca do bem coletivo, em teoria, aproximaria jornalistas e *hackers*, não importando tanto as questões de propriedade intelectual ou os interesses privados das empresas de comunicação:

É possível intuir que, gradativamente, a ética jornalística tradicional possa se 'contaminar' por valores da ética hacker, já que alguns valores de lado a lado encontram certo parentesco. Note-se, por exemplo, que já se fala em jornalismo de código aberto, aquele em que o repórter oferece ao leitor também quais foram suas fontes e procedimentos de apuração [...] Bem como se pode perceber proximidades entre o gesto de compartilhar arquivos e conteúdos on-line com o do jornalista tradicional de tornar públicas situações de interesse coletivo. Mesmo que o primeiro ato possa se contrapor a direitos autorais ou viole a propriedade intelectual, seus defensores argumentam que conhecimento e informação são públicos e devem circular sem óbices. O interesse público e as preocupações coletivas reuniriam raízes comuns de um gesto e de outro, sobrepondo-se a direitos individuais e particulares (CHRISTOFOLETTI; KARAM, 2011, p.94).

O Bastião também defende e pratica, tendo nisso um dos seus nortes, a transparência nas suas atividades, tanto econômica quanto editorial. O intuito com a “não-negação” das ideologias por trás de seu jornalismo e da transparência comercial é formatar uma comunicação mais honesta com os leitores. Estes, cientes dos ideais e das formas de financiamento da revista, estarão aptos a construir suas opiniões a partir das informações obtidas nas reportagens de maneira mais clara, já

20 As licenças Creative Commons permitem que, no lugar do padrão “todos os direitos reservados” (*copyright*), use-se licenças com “alguns direitos reservados”. Isso significa que o autor ainda protegerá o seu trabalho, mas não impedirá a sua circulação. Existem diferentes tipos de licenças Creative Commons, que definem permissões variadas para a circulação, a remixagem e a concessão de crédito. O formato escolhido pelo Bastião é o de “Atribuição-CompartilhaIgual”, que permite que “[...] outros remixem, adaptem e criem a partir do seu trabalho, mesmo para fins comerciais, desde que lhe atribuam o devido crédito e que licenciem as novas criações sob termos idênticos”. Essa licença é encontrada em iniciativas de *software* livre e de código aberto *copyleft*. Ela gera uma espécie de “bola de neve” de circulação de conhecimento: “Todos os trabalhos novos baseados no seu terão a mesma licença, portanto quaisquer trabalhos derivados também permitirão o uso comercial”. Com trechos das descrições encontradas no site do CreativeCommonsBr. Acessado em: 27/10/2015. Disponível em: <https://br.creativecommons.org/>

que não ofuscadas por um suposto “manto de imparcialidade” – como explicado nos capítulos anteriores, impossível de ser alcançado. Essa atitude da revista fica clara nos textos dos editoriais, que sempre se posicionaram de maneira firme e clara em relação ao cenário político, não deixando dúvidas sobre seus ideais. Por exemplo, como quando a revista se colocou como oposição ao governo de José Fortunati, então recém-reconduzido ao cargo de prefeito de Porto Alegre:

A reeleição de José Fortunati no dia 7 de outubro é uma vitória a ser celebrada. Não pela recondução ao cargo de prefeito de um homem que tenta, pelos meios que se fizerem necessários, silenciar as ruas da cidade [...] celebremos, amigos, pois assim temos contra quem lutar [...] a arte de rua corre risco de vida, e cabe a nós protegê-la [...] a alegria prevalecerá (Revista Bastião, nº14, outubro de 2012, p.2).

Seguindo a lógica da transparência, a equipe do Bastião também abriu voto nas eleições de 2014, iniciativa que nomeou “honestidade intelectual”. Com o decorrer do tempo, esse posicionamento transparente foi se fortalecendo, permitindo a criação de novos meios para divulgação de questões internas da revista. O exemplo mais claro dessas medidas é o lançamento de um “portal de transparência”, divulgado no site do Bastião e que traz dados financeiros, esclarecendo de onde vem e para onde vai todo o dinheiro que passa pelo caixa do grupo. Sabe-se, por este portal, o quanto foi recebido de patrocínio, de assinaturas, o quanto foi arrecadado em festas, etc.

Além das reportagens impressas, há também a produção de conteúdo exclusivo – e da mesma forma gratuito – para o site e para as redes sociais da revista. As edições que saíam impressas, por sua vez, eram disponibilizadas, uma semana mais tarde, para leitura online, também sem custos. Online, as edições publicadas na plataforma *Issuu* têm alcance médio de 3.340 visualizações, tendo sido acessadas um total de 66.802 vezes. O Bastião tem 6.391 curtidas em sua página do *Facebook* e 838 seguidores no *Twitter*²¹. O alcance orgânico médio (sem pagamentos à rede) da página no *Facebook* foi de 2.203 pessoas em 2014 e 1.445 pessoas em 2015, com um pico de 12.641 usuários alcançados em abril de 2014.

Em sintonia com o espírito das redes, a noção de construção colaborativa da revista está presente em diversas etapas da sua produção. A interatividade com os leitores e com a comunidade é incentivada especialmente pela realização das reuniões de pauta abertas, nas quais qualquer um pode comparecer para propor pautas, discutir e criticar abordagens da revista. Por meio das redes sociais e do e-mail, os leitores podem acompanhar e interagir com o Bastião, também sugerindo por ali a produção de conteúdos ou deixando suas opiniões e críticas sobre o que já foi produzido. Existe abertura, ainda, para que as pessoas aprofundem sua participação, se tornando membros efetivos do grupo. Como a revista é distribuída pelas mesmas pessoas que a produzem, também no

21 Números relativos a 10 de agosto de 2015.

momento da distribuição há troca entre produtor e leitor, sobre impressões e possibilidades de melhora. Tais práticas colaborativas visam abranger a maior diversidade possível na construção do jornalismo, com a participação, em diversos níveis, de diversos atores: “[...] na comunicação alternativa em rede se busca construir espaços de afirmação de óticas interpretativas críticas e de práticas jornalísticas cooperativas, com a finalidade de defender a diversidade informativa e valores éticos” (MORAES, 2007, s/nº).

Além da produção jornalística em si, o Bastião também se afirmou, ao longo do tempo, como círculo de debates e fomentador cultural, um “[...] organismo que, unido a tantos outros, defende os interesses do cidadão de Porto Alegre, promovendo a cultura e espalhando boas histórias pela cidade” (Revista Bastião, nº13, setembro de 2012, p.2). Foram constantes as discussões, dentro da equipe, sobre as melhores – e mais justas – formas de produção e distribuição dos produtos jornalísticos, somadas a debates sobre feminismo, gênero e as mais variadas questões sociais. Membros do Bastião também participaram de eventos diversos da cena cultural gaúcha e nacional, como o Encontro de Midialivrisimo e Juventude e a Conferência Livre #NóisPorNóis, que debateram a atuação dos veículos alternativos no Brasil.

Ao longo destes quatro anos, o Bastião também tem participado e desenvolvido atividades que visam à reflexão e à capacitação da comunidade sobre e para o jornalismo. As participações na FestiPoa Literária e em semanas acadêmicas nas faculdades de Comunicação e de Arquitetura e Urbanismo da UFRGS, debatendo, entre outros aspectos, a construção de uma mídia livre e questões de gênero estão diretamente ligadas ao ideal do coletivo de fomentar a formação de pessoas que reflitam sobre a sociedade atual. Mais que isso, com o objetivo de capacitação da comunidade, o Bastião realizou, durante a Feira do Livro de Porto Alegre, em 2014, uma oficina aberta de jornalismo literário e desenvolveu, ao longo de maio de 2015, com jovens da Ação Social Murialdo, no Morro da Cruz, uma série de oficinas de criação de fanzines.

Além disso, em 2013 e 2014 o Bastião participou do Concurso de Reportagens da Fabico, faculdade de comunicação da UFRGS. Nele, estudantes de jornalismo enviam reportagens que concorrem pela publicação na edição impressa do Bastião. Merece destaque também a narrativa colaborativa desenvolvida pelo coletivo durante as Jornadas de Junho de 2013, quando, através da rede social *Storify*, foram compilados relatos, fotos e vídeos publicados nas redes sociais por usuários. Em 2012, o Bastião foi premiado pela cobertura colaborativa realizada para *Facebook*, *YouTube*, *Twitter* e *Flickr* no Conexões Globais 2.0, evento realizado em Porto Alegre. Na ocasião, o trabalho da revista foi escolhido como a terceira melhor cobertura fotográfica no #prêmioEBCsecomRS, concedido pelas secretarias de Comunicação e Inclusão Digital e da Cultura do Rio Grande do Sul, além da Empresa Brasil de Comunicação e da Associação Software Livre.

Em 2013, o Bastião também fez parte da rede que transmitiu, pelo site, o evento ao vivo. Da mesma forma, transmitiu a Arena NET Mundial, em 2014. Como resultado de toda essa atividade, as redes sociais se consolidaram como um dos principais caminhos não só de difusão do material produzido, mas em especial de troca com o público.

Com o aumento do alcance de público e a consolidação da revista como meio alternativo de jornalismo, cada vez mais pensava-se em um “novo Bastião”, que não dependesse da sua atual forma de financiamento, tão amadora, o que permitiria aprimorar os produtos jornalísticos e, em consequência, ampliar o público leitor. Aliás, falando sobre o amadorismo no cambaleante aspecto financeiro: o custo da impressão na “era amadora” era de cerca de R\$ 1.500 mensais. Os recursos vinham da venda dos planos de assinatura e de patrocinadores do pequeno comércio: cabeleireiros, bares ou artesanatos que recebiam um pequeno espaço nos rodapés das páginas para publicidade. Exemplos: Cine Hair (cabeleireiro)²², Taiart (loja de produtos orientais), Beauty Girls (moda), Cavanhas (restaurante), El Tonel (restaurante), Dirty Old Man (bar). Faltava, porém, capacidade comercial aos membros da equipe (e também, em certa medida, vontade de atuar neste setor, já que o Bastião era tido como *o trabalho no qual queremos de fato trabalhar* – e atuar com vendas não era o desejo de ninguém). Faltava, da mesma forma, condições financeiras para atrair profissionais interessados nessa área. Ainda assim, não sem grande dificuldade, os jornalistas, publicitários e relações públicas conseguiam o dinheiro necessário para pagar as despesas com gráfica e distribuição, e a publicação seguia, sempre no limite. Com esse funcionamento, o Bastião nunca conseguiu dinheiro suficiente para pagar salários; era um trabalho voluntário não remunerado.

Quando a revista completou dois anos de existência, no final de 2013, esse pensamento de “algo novo” floresceu e houve, então, uma pausa na produção jornalística, que perdurou todo o primeiro semestre de 2014, para a equipe se concentrar numa revolução interna: passa-se, assim, da “era amadora” para a “era profissional”.

Com a parceria de um laboratório de inovação social atuante em Porto Alegre, o TransLab, pensou-se novas formas de financiamento e de jornalismo possíveis. Para efetuar a mudança, o primeiro passo foi a realização de um *crowdfunding*, ferramenta na qual apoiadores ajudam diretamente os projetos que desejam consolidar, numa rede colaborativa de financiamento. Isso permitiria ao Bastião juntar capital para as mudanças iniciais sem depender da negociação com empresas privadas. A contrapartida dos projetos, nesse sistema de financiamento coletivo, são

22 Como curiosidade: o anúncio do Cine Hair foi pago com cortes de cabelo para a equipe. Cada membro que utilizava o benefício, por sua vez, direcionava o valor do corte aos cofres da revista.

recompensas básicas aos apoiadores – no caso da Revista Bastião, eram oferecidos planos de assinatura e trabalhos de artistas parceiros.

O *crowdfunding* teve um sucesso relativo e, dos R\$ 12 mil pretendidos, o Bastião angariou algo mais que R\$ 4 mil – os R\$ 8 mil restantes, necessários para que o projeto fosse de fato financiado (caso contrário, por regra da plataforma utilizada, os apoiadores recebem de volta o valor investido), foram depositados pela própria equipe da revista. Com esse dinheiro em caixa, imprimiu-se o primeiro “novo Bastião”, com um renovado design gráfico, mais páginas e o dobro da tiragem, que agora chegava a três mil exemplares. O espírito, no entanto, era ainda o mesmo, como podemos conferir no primeiro editorial dessa nova fase:

A mídia alternativa se fortalece sempre que um novo bastião aparece. Sul21, Tabaré, Jornalismo B, Nonada, Impedimento, Mídia NINJA, Coletivo Catarse. Nós e todos mais. O exército cresce. Defesa Pública do Que Não Se Defende Sozinho. Não se mata uma flor só por causa do espinho. Novos pontos de vista borbulham, o caldo engrossa. Tudo tem dois lados, quando não três ou quatro. E quantos mais lados se olha, mais completo fica o quadro. A indústria se amedronta e se defende como pode. A hora é do ataque. Real ou virtual, a informação se espalha. Se aproxima a batalha. Ser independente não é ser sucata; profissionalismo não mata. Muito pelo contrário: é independência ou morte. Não por acaso é com os vencedores que descansa a sorte [...] Provando que o sonho não é mera ilusão, eis o novo Bastião. Também estivemos em obras, e pedimos desculpas pelos transtornos. Assim como a prefeitura, queremos construir a Porto Alegre do futuro. Mas, em vez de duplicar a rua, plantamos a semente. Vá em frente, vire a página, é seguro (Revista Bastião, nº17, setembro de 2013, p.3).

Para a manutenção dessa nova revista da “era profissional”, porém, os gastos eram bastante maiores – se aproximavam agora dos R\$ 4 mil mensais. O *crowdfunding*, portanto, permitiu o passo inicial, mas era hora de buscar parceiros comerciais que financiassem o projeto do Bastião – alimentava-se ainda o sonho de realmente se *receber um salário* para que a equipe pudesse ter dedicação integral à revista. Tal busca foi realizada em parceria com o TransLab. Havia, no entanto, uma série de restrições às empresas que poderiam se associar ao Bastião, que deveriam estar conectadas à ideologia em prol do desenvolvimento social perseguida pela revista, preocupadas com a sustentabilidade, que não utilizassem propagandas sexistas, entre outras. Obviamente tais barreiras reduziram as alternativas à quase zero, comprovando a distância ideológica quase intransponível entre o jornalismo alternativo e o mercado, que – aliada a uma falta de tino comercial dos membros da equipe –, fez das investidas por patrocínio jornadas infrutíferas.

Outra forma de financiamento abordado nesse novo momento foi a comercialização de revistas em livrarias. A desorganização da equipe para assuntos que fugissem ao jornalismo, porém, foi mais uma vez confirmada, e o controle da quantidade de revistas vendidas era caótico. Ainda assim, parcerias importantes se consolidaram nesse momento, como com a Livraria Cultura, que

ampliou a distribuição da revista a um patamar nacional. No entanto, por falta de capacidade administrativa, logo a ideia de vendas foi abortada. Mesmo no período em que a venda de exemplares foi aplicada, em nenhum momento abriu-se mão do ideal da livre distribuição de informação e, para manter isso, foram criados “pontos de distribuição itinerantes”: escolhia-se um ponto da cidade e um dia específico para distribuir gratuitamente exemplares do Bastião. Os pontos agora fugiam das universidades e dos principais centros culturais, na tentativa de encontrar leitores diferentes da “bolha” do público comum da revista. Dava-se preferência ao centro da cidade, por ser um local onde a diversidade de seres que frequentam a cidade poderia ser encontrada com maior facilidade.

A essa altura, no entanto, o fôlego dos participantes se esgotava. A falta de salários obrigava os envolvidos a dividirem-se entre outras atividades, para sobrevivência pessoal. Somou-se a isso uma série de viagens pessoais e profissionais, o que levou a um gradual desmantelamento da equipe, que buscou novos integrantes para manter o funcionamento. Nesse momento, a única forma de financiamento que de fato compensava era a realização de festas para o público leitor da revista. Foram realizadas, no total, oito festas pelo Bastião, que arrecadaram mais de R\$10 mil. Dessa forma, as festas permitiram a impressão de outros três exemplares da “era profissional” – que, em termos administrativos, se mostrava tão amadora quanto a anterior –, com a tiragem retornando aos 1.500 exemplares por edição.

A periodicidade, que já havia sido alterada para bimestralidade na “era profissional”, pela exigência de uma produção mais ampla de conteúdos, era impossível de ser mantida: imprimia-se quando havia dinheiro suficiente no caixa. Tal realidade financeira, implacável, permanece. O investimento público, mínimo nesses quatro anos de existência, foi buscado pela inscrição em edital do Ministério da Cultura, cujo resultado deve sair até o final de 2015. Nele, residem todas as esperanças de sobrevivência – e, mesmo em caso de vitória, não se tem certeza da continuidade do projeto, uma vez que o prêmio do edital não resulta em um financiamento continuado. Em tentativas anteriores junto à esfera pública, as oscilações na periodicidade foram dadas como impedimentos para o investimento publicitário – o que, de certa forma, perpetuou o ciclo mortal, já que não se respeitava a periodicidade exatamente por dificuldades financeiras. A busca por apoio de parceiros privados, cansativa e sempre inútil, foi deixada de lado. Por enquanto, sem dinheiro no caixa, as impressões estão suspensas, e o fim, como não poderia deixar de ser, parece próximo. “[...] o Bastião segue tentando fazer um jornalismo diferente, mais justo e honesto, solto das amarras que nos sufocariam em qualquer meio de comunicação já estabelecido [...] Sabe-se lá quando esse delírio de grandeza vai acabar. Que não acabe tão cedo” (Revista Bastião, nº13, setembro de 2012, p.2).

É bem verdade que qualquer sucesso que tenha sido alcançado pela Revista Bastião é relativo, em especial devido ao seu alcance limitado por questões financeiras e administrativas. O que não significa irrelevância para este objeto de estudo: cada “história esquecida” que é espalhada vale a pena. Ao constituir a revista como objeto de estudo, visa-se enfatizar a importância do contato entre pessoas para a superação de preconceitos, o que, em consequência, nos aproximará de um ideal de justiça social. Isso será possível apenas com a descentralização dos discursos midiáticos e com a incorporação do *Outro* pelo jornalismo. Se o Bastião é ou foi, em termos de existência prática, de impressão de revistas, não importa de verdade: importa a mensagem dos alternativos, tão truncada pelos meios de produção capitalistas, de que uma realidade diferente é possível. E isso o Bastião pode afirmar, apesar de tudo: um jornalismo novo, mais próximo das pessoas, mais que urgente, é possível.

Figura 1 – Capa da edição número 05 da Revista Bastião



Figura 2 – Capa da edição número 07 da Revista Bastião

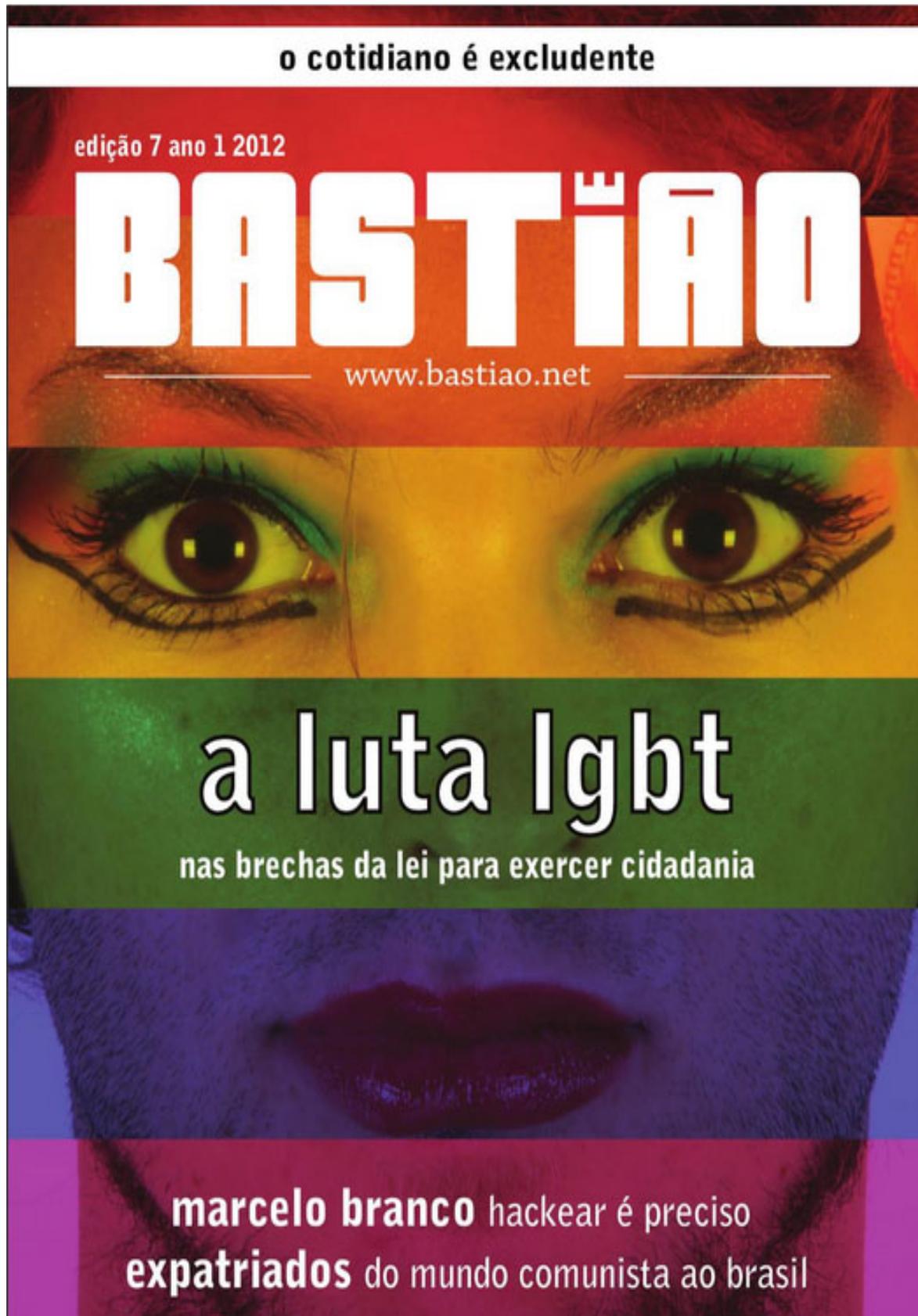


Figura 3 – Capa da edição número 17 da Revista Bastião



4 O *OUTRO* NA REVISTA BASTIÃO

Analisaremos, nesse capítulo, três reportagens produzidas pela Revista Bastião ao longo de sua história, com o intuito de compreender como se dá, no texto jornalístico publicado e veiculado pelo periódico, a construção da alteridade e do *Outro*. As matérias foram escolhidas, como explicado no capítulo anterior, por serem consideradas bastante ilustrativas a respeito dos ideais de jornalismo perseguidos pelo Bastião. Os materiais discutidos estão disponíveis para consulta, na íntegra, em CD anexado a este trabalho (Anexo I). A primeira matéria que analisaremos tem como título “Mulher: mão de obra barata” e trata das diferenças de gênero no mercado de trabalho; a segunda, intitulada “Aos moradores de rua, a rua”, aborda a intenção da Prefeitura Municipal de Porto Alegre de fechar uma escola voltada para os moradores de rua; e a última, de título “Não somos capazes de dar voz a alguém”, cede o espaço da revista para que presidiários falem sobre a temática da solidão, sem mediação direta de jornalistas. Apresentamos, no quadro 1, mais informações sobre as matérias aqui analisadas:

QUADRO 1: Reportagens analisadas

Reportagem	Data da publicação	Edição	Formato	Autoria
Mulher, mão de obra barata	Janeiro/2013	16	Impresso	Luiza Müller
Aos moradores de rua, a rua	Dezembro/2014	-	Online	Arthur Viana / Douglas Freitas
Não somos capazes de dar voz a alguém	Abril/2014	19	Impresso	Sergio Trentini / Marcelo de Souza Fraga

Fonte: elaboração própria

Como dito anteriormente, mapearemos as fontes utilizadas em cada uma das matérias procurando compreender as *posições de sujeito* ocupadas por aqueles que chamamos de *Outro* e identificaremos os sentidos expressos nos textos a partir da definição de *Formações Discursivas* (FDs), que serão duas:

FDI: Construção “redonda”

Esse núcleo de sentido apontará se os textos promovem a aproximação entre *Eu* e *Outro* por meio da contextualização, aprofundamento e humanização das personagens, pressupostos básicos do gênero reportagem. Com base na definição de *personagem redonda* de Coimbra (1993), que são personagens de múltiplas facetas, será possível perceber como se dá a construção da

alteridade do *Outro*, se este é tomado por sujeito ou objeto (MEDINA, 2008b). Na construção das personagens redondas, é preciso apego aos *padrões de comportamento* pessoais e atenção aos detalhes do ambiente (COIMBRA, 1993; WOLFE, 2005), que dirão muito sobre as subjetividades e modos de agir da personagem. A construção do texto – uso de diálogos, cena a cena, local de fala do jornalista (WOLFE, 2005) – também indicará a montagem ou não de personagens redondas. Deve-se levar em conta, também, a utilização da prática etnográfica por parte do jornalista: “A pesquisa de campo etnográfico consiste em estudarmos o Outro, como uma Alteridade, mas justamente para conhecer o Outro” (ECKERT; ROCHA, 2008, s/nº).

FD2: Promoção da igualdade social

A segunda *Formação Discursiva* se baseará nas noções de *jornalismo de desenvolvimento* de Kunczik (1997) e indicará a busca pela promoção da igualdade e da justiça social nos textos analisados. Esse conceito de jornalismo pode “[...] ser considerado parte da educação do povo por via dos meios de comunicação. O objetivo dessa educação é a mediação de qualificações que permitam às pessoas enfrentar de maneira racional e autônoma as situações futuras” (KUNCZIK, 1997, p.342). Por isso, parte do princípio da busca por igualdade, já que “o desenvolvimento é um processo complexo de mudança social” (KUNCZIK, 1997, p.342). Tal conceito também se aproxima da definição de *polo ideológico* do jornalismo de Traquina (2004).

A partir da definição das FDs, destacaremos as *Sequências Discursivas* (SDs), que apontarão, nos textos, os sentidos nucleares de cada uma das FDs. Dado esse passo, analisaremos as fontes utilizadas nas reportagens, a fim de mapear as *posições de sujeito* ocupadas pelo *Outro* na construção discursiva do Bastião. Com isso, analisaremos *quem fala sobre o quê*. É dado, ao *Outro*, um espaço de fala justo? Ou é falado por ele? Quem são as pessoas ouvidas nas matérias? O *Outro* tem o protagonismo das suas próprias histórias – ou isso é tomado dele? No processo de construção da alteridade, mesmo quando mediada pelo jornalismo, é importante a superação da mera *aceitação e reconhecimento* das diferenças. Abandonemos a bandeira simplória da tolerância: quando nos colocamos no papel do que apenas tolera, reiteramos uma relação assimétrica com o *Outro*, na medida em que significa tão-somente *suportar* a existência do *Outro* da forma como ele é. O exercício da alteridade está em reconhecer o *Outro* como sujeito de direito à existência plena, tal como o *Eu*. Aquele que é *Outro* para nós é, em última instância, o *Eu* para ele. Por isso a relação aqui proposta vai além da tolerância: buscamos a igualdade em termos de direito à existência e, para tanto, enfatizamos a importância da plenitude do direito à diferença.

Fontes oficiais são ouvidas cotidianamente de forma unilateral (MEDINA, 2008b), sendo permitido a elas que interpretem o mundo por nós. “Os sentidos estão sempre 'administrados', não estão soltos. Diante de qualquer fato de qualquer objeto simbólico somos instados a interpretar

havendo uma injunção a interpretar. Ao falar, interpretamos. Mas, ao mesmo tempo, os sentidos parecem já estar sempre lá” (ORLANDI, 2005, p.10). E todas as outras vozes, as verdadeiras protagonistas das histórias contadas, como ouvi-las? É preciso pensar na incorporação do *Outro* no texto jornalístico:

Nos meios de comunicação de massa, dispositivos centrais de produção de aparências da modernidade contemporânea, os cidadãos “discrimináveis” são geralmente apresentados em filmes, programas de entretenimento ou de informação, como vilões ou cidadãos de segunda classe (em papéis que representam atividades socialmente inferiorizadas) ou são pura e simplesmente excluídos. Em outras palavras, numa cultura que vive cada vez mais de narrativas e representações tornadas visíveis num espaço publicitário e tecnológico, a visibilidade do negro e do migrante é essencialmente negativa (SODRÉ, 2004, p.180).

4.1 Reportagem 1: Mulher, mão de obra barata

Produzida por Luiza Müller, uma das fundadoras da revista, a reportagem, lançada em janeiro de 2013, no Bastião número 16, aborda as dificuldades enfrentadas por mulheres no mercado de trabalho no Brasil devido às diferenças de gênero. A reportagem se baseia em relatos diversos de mulheres trabalhadoras, apoiados em levantamento de dados a respeito da questão. Vamos à separação de SDs que confirmam as FDs propostas:

FD1 – Construção “redonda”

SD1: Maria acorda todos os dias, **religiosamente, às 5h30min.** Pega o **ônibus das 6h** e o **trem das 6h25min.** **Bate o ponto às 7h15min.** Maria é daquele tipo de gente que **rasga na cara o sorriso para desviar a lágrima** que insiste em destacar o som do choro e a cor do rosto. (grifos nossos)

SD2: Na **suada** carteira de trabalho, Maria tem a assinatura do chefe, a ocupação: **“auxiliar de limpeza”**; o salário: **“setecentos reais”**; e **12h de trabalho.** Só **não tem registrada a casa, o marido e os dois filhos** que possui para cuidar. (grifos nossos)

SD3: **Filha de pai metalúrgico sindicalista e mãe dona de casa,** Márcia viveu a movimentação social **desde os primeiros anos de vida,** assistindo ao trabalho do pai. (grifos nossos)

SD4: Marli Bianchi Erthal, 45 anos, **mãe e avó,** obteve seu **primeiro diploma aos 35 anos,** quando se graduou em Biologia. Atualmente, **a filha de pedreiro e de dona de casa,** cursa a **segunda faculdade,** e explica que criou as duas filhas para seguir um caminho profissional de maneira independente. **“Mas para a mulher o trabalho e o estudo são sempre mais difíceis, especialmente quando se tem filhos”.** (grifos nossos)

SD5: Natural de Santa Catarina, Beatrix **começou a trabalhar aos 18 anos** no escritório de engenharia do pai, **como office boy**. Mais tarde, **estudou e se formou em arquitetura**. “**Minha maior conquista é gostar do que faço e dominar minha profissão**, mas existem **muitas barreiras** nessa área. **Como mulher, preciso me impor para ser respeitada**. Trabalho com um monte de homens em obras (pedreiros, eletricitas, trabalhadores de obra em geral). Quando discuto com eles, muitas vezes, **o cliente prefere acreditar nos homens**”, conta Beatrix. (grifos nossos)

SD6: Rosane Köhn parou seus estudos na quarta série do primário. Nos anos 1980 **passou a trabalhar na metalurgia**, ambiente **tradicionalmente masculino**. “**Foram sete anos de trabalho. Lá conheci meu marido**. Quando **casamos**, fui **demitida**, eles não deixavam haver casais entre a equipe”, conta Rosane, que **em seguida, conseguiu um novo emprego**. No entanto, não demorou muito para que **ela mesma se demitisse – estava grávida**. Naquele momento, a **vontade de cuidar do filho foi mais importante do que a condição financeira**. “Minha prioridade passou a ser meus filhos. **Sofria muito** em ter de deixá-los com desconhecidos na escolinha ou sozinhos”, lembra. (grifos nossos)

SD7: Rosane Beatriz Köhn, xará da secretária e mãe de dois filhos já criados, conta que, **desde pequena, trabalhava com os pais na roça**. “Sou **natural de Santa Cruz**. Meus pais nunca fizeram distinção entre os dois filhos homens e as quatro filhas mulheres. Todos **sempre tivemos de acompanhá-los e ajudar na lida** com os bichos e as plantações”. (grifos nossos)

Expostas as SDs mapeadas que confirmam o sentido nuclear da FD1, percebemos a preocupação em humanizar as mulheres que surgem ao longo da matéria, pressuposto para a construção de personagens redondas. Desde detalhes de rotina, como aparece na SD1, que mostra o dia a dia de Maria (personagem fictícia, inspirada na personagem da música “Maria Maria”, de Milton Nascimento), somado à exploração das emoções das personagens, falando sobre seus sonhos e medos, como na própria SD1 e na SD2, que falam, respectivamente, de um “sorriso para desviar a lágrima” e da “suada carteira de trabalho”, passando a ideia de superação e do esforço exigido dessas mulheres para que vivam suas vidas com alegria. A busca pela compreensão das emoções das personagens aparece em todas as SDs relativas à FD1, que apresentam muitas das dificuldades enfrentadas pelas mulheres, como na SD5, onde são ditas menos confiáveis que homens; ou na SD4, que explicita a complicada equação que é manter emprego e estudos e ainda cuidar dos filhos e da família.

Há, em alguns casos, intersecções de SDs entre as FDs compreendidas no texto: quando se descreve profundamente as personagens, dificilmente se escapará de falar sobre as desigualdades de gênero que permeiam as suas histórias. É o caso, por exemplo, da SD3, que aponta a alta carga de trabalho executada por Maria e o baixo salário decorrente dela.

Nas SDs 3, 4, 5, 6 e 7, vemos a contextualização das histórias de vida das personagens, seja através do histórico familiar ou da trajetória de vida pessoal destas mulheres. Isso pretende

explicar, mesmo que parcialmente, as motivações por trás das ações dessas mulheres hoje. A contextualização nos permite ver que a mesma mulher ocupa diferentes *posições de sujeito*: são trabalhadoras, mães, avós, filhas, responsáveis pela casa, pelos filhos etc.

Também são utilizados, na construção de personagens redondas, os diálogos. Segundo Wolfe (2005), os diálogos podem servir, muitas vezes, como uma ferramenta descritiva muito mais eficaz do que explicações construídas pelo próprio jornalista. Na SD5, por exemplo, Beatrix fala em “minha maior conquista”; na SD6, Rosane fala sobre um sofrimento profundo. Há, assim, por meio da ênfase discursiva, aprofundamento das subjetividades que envolvem essas personagens.

FD2 – Promoção da igualdade social

SD8: As brasileiras **ganham menos e trabalham mais**, são **mais capacitadas** e ocupam os **piores cargos**, **dividem-se** entre **empregos e tarefas domésticas** e chegam a **trabalhar 30 horas a mais** que os homens”. (grifos nossos)

SD9: Essa Maria não existe, mas já foi inspiração para muita gente. Já foi musa de música e agora é personagem de reportagem. Não só essa Maria, mas todas as outras que, passo a passo, buscam a gana, a graça, a força e o sonho para **ocupar o seu espaço** como profissionais no **Brasil machista de nossos tempos**. (grifos nossos)

SD10: “Muitos ainda questionam reverter estas **profundas desigualdades**. Nossa Secretaria **não é um adorno, nem um compensatório**”, dispara Márcia Santana, secretária de Políticas Públicas para Mulheres do Rio Grande do Sul, a respeito da **condição feminina e suas demandas**. (grifos nossos)

SD11: Entretanto, foi cedo também que a menina observou a **divisão natural das tarefas dos homens e mulheres** à sua volta, e o tempo mostrou-a às **demandas feministas pelas quais valia lutar**. (grifos nossos)

SD12: Para explicar essa **naturalização do que seria o “papel da mulher”** é necessário buscar as razões culturais enraizadas em nossa educação. (grifos nossos)

SD13: **Dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD)** de 2009 mostram que **24% das meninas de cinco a nove anos de idade dedicam em média seis de suas horas semanais ao trabalho doméstico** da própria casa. Tal **número cai para 14,6% no caso dos meninos**, que dedicam cinco horas. **Fatores culturais**, passados de geração em geração, que delimitam as **diferenças de gênero** e fazem com que **90% das mulheres adultas realize tarefas domésticas**, sendo que **apenas 50% dos homens o fazem**, de acordo com a mesma pesquisa. (grifos nossos)

SD14: Entretanto, outro fenômeno vai na contramão deste **eterno estigma imposto às meninas**. Hoje, elas **são maioria no mundo acadêmico** e se apresentam como a **mão de obra mais qualificada**. No ano de 2010, por exemplo, **63% do total de títulos acadêmicos de nível superior foram concedidos a mulheres no Brasil**. (grifos nossos)

SD15: Mesmo com suas conquistas acadêmicas, **a renda de uma mulher com diploma universitário é, em média, 61% menor que a de um homem com o**

mesmo grau de instrução. Como se não bastasse, **o Censo Demográfico mais recente**, realizado em 2010, revela que **o rendimento médio mensal dos homens com carteira assinada foi de R\$ 1.392, enquanto o das mulheres foi cerca de 30% abaixo disso**, atingindo R\$ 983. (grifos nossos)

SD16: Além disso, **elas são minoria** nos setores de Engenharia, Manufatura e Construção (28%); Ciência (38%); e Agricultura (41%) (dados do **relatório *Education at Glance*, da OCDE** – Organização para a Cooperação e o Desenvolvimento Econômico). (grifos nossos)

SD17: Beatrix Ramos Rizzo, de 55 anos, é **uma das** que marca presença nas **áreas de dominação masculina**. (grifos nossos)

SD18: Tais dados deixaram o **Brasil atrás de 79 países em um ranking** de 146 nações elaborado pelo Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD). O **Índice de Desigualdade de Gênero (IDG)** leva em consideração, além do mercado de trabalho, indicadores como a saúde reprodutiva e capacitação profissional. Ele é utilizado como um dos indicadores que influenciam o cálculo do Índice de Desenvolvimento Humano (IDH). Dessa maneira, **o Brasil revela-se um país pouco democrático em termos de gênero, ficando atrás dos latinos** Chile, Argentina, Peru, México e Venezuela **e até dos árabes**, como Líbia, Líbano e Kuwait. (grifos nossos)

SD19: Para a maioria das mulheres casadas e/ou chefes de família, a equação **“trabalho=vida”** é o mais verdadeiro cálculo. Ainda segundo **dados da PNAD**, as **mulheres gastam, em média, 26,6 horas por semana em afazeres domésticos, contra 10,5 para o público masculino**. (grifos nossos)

SD20: Em entrevista, **no ano de 2010**, Rosane Silva, secretária nacional da Mulher Trabalhadora da Central única dos Trabalhadores (CUT), declara que: **“Em nenhum momento** as creches que nós temos no país foram pensadas como um direito das crianças e um **direito das mulheres**, como algo feito para tirar um peso das nossas costas”. (grifos nossos)

SD21: Em 2009, um **levantamento feito com 89.075 empresas privadas** brasileiras (feito pela Catho Online) apontou que as **mulheres ocupavam apenas 21,4% dos cargos de chefia**. O **mesmo quadro apresenta-se em outras esferas**, como a sindical e os cargos de livre nomeação e exoneração do Poder Executivo. Basicamente, **quanto mais alto o cargo, menor o percentual de mulheres**. (grifos nossos)

SD22: “A grande questão é que essa é uma **luta apenas feminina**. Para que mulheres ocupem determinados locais, alguns **homens precisam sair**, e ninguém quer perder **o seu espaço**”, considera Márcia Santada, da Secretaria de Políticas Públicas para Mulheres. (grifos nossos)

SD23: É o que mostram os números levantados pelo último **relatório do Observatório Brasil da Igualdade de Gênero**, cujo tema foi: “Mulheres, poder e decisão”. Hoje, a **população feminina representa mais da metade do eleitorado**. Além disso, já **são quase 50% da população economicamente ativa do país**. Contudo, não estão **nem em 20% dos altos cargos** no Parlamento, governos municipais e estaduais, secretarias do primeiro escalão do Poder Executivo, Judiciário, sindicatos e até nas reitorias. (grifos nossos)

SD24: No entanto, esse **quadro de maioria masculina não é exclusividade das terras tupiniquins**. No mundo todo, **apenas 35 países (19% do total) contam com mulheres no Parlamento**. (grifos nossos)

SD25: Em **termos de gênero**, o Brasil é um **país de contradições** – local onde uma **menina estuda e trabalha mais** que os meninos e, ao mesmo tempo, é **menos valorizada tanto em oportunidades profissionais, quanto em salários**. Além dos fatores históricos, o fator de maior influência nessa realidade é o cultural. “**A igualdade de oportunidades para homens e mulheres é um princípio essencial da democracia**. Gostaria muito que os pais e as mães de meninas olhassem hoje nos olhos delas e lhes dissessem: ‘**Sim, a mulher pode!**’”, declarou a **terceira mulher mais poderosa do mundo**, segundo a revista Forbes, e também **presidenta do Brasil**, Dilma Rousseff, em seu discurso de posse. (grifos nossos)

Percebe-se, desde o subtítulo (SD8), a explicitação das desigualdades de gênero no mercado de trabalho que são abordadas ao longo da reportagem. Ora, atacar desigualdades não é, no fim das contas, buscar a igualdade social? Por meio de comparações entre salários, funções, trabalho doméstico, ressalta-se de maneira gritante as diferenças vivenciadas entre mulheres e homens no meio de trabalho. Apoiam-se esses dados em diversas pesquisas realizadas ao longo dos anos sobre o mercado de trabalho brasileiro e mundial, que expressam claramente essas diferenças. Na reportagem, são citadas sete levantamentos: a PNAD (Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios) de 2009; o Censo Demográfico de 2010; o relatório “Education at Glance”, da OCDE (Organização para a Cooperação e o Desenvolvimento Econômico); O IDG (Índice de Desigualdade de Gênero), que é um ranking de 146 nações elaborado pelo PNUD (Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento); um levantamento feito pela Catho Online com 89.075 empresas privadas brasileiras; o relatório do Observatório Brasil da Igualdade de Gênero; e dados da União Interparlamentar (IPU). Essas informações aparecem nas SDs 13, 15, 16, 18, 19, 21, 23 e 24, que mostram, por exemplo, que 24% das meninas de cinco a nove anos de idade dedicam em média seis de suas horas semanais ao trabalho doméstico da própria casa – tal número cai para 14,6% no caso dos meninos (SD13); ou que 63% do total de títulos acadêmicos de nível superior foram concedidos a mulheres no Brasil (SD14).

Em alguns trechos, como a SD10, usa-se uma fonte que, por seu caráter mais oficial do que de relato de sua experiência de vida, serve mais como matéria-prima de dados, confirmando o núcleo de sentido da FD2. É o caso da SD10, que utiliza a fala de Márcia Santana, secretária de Políticas Públicas para Mulheres do Rio Grande do Sul, para enfatizar a desigualdade entre mulheres e homens. O uso de aspas pode servir para a jornalista manter intacta a sua suposta objetividade, deixando à fonte o serviço de emitir algum juízo de valor, ainda que a jornalista compactue com ele (TUCHMAN, 1993). Já o uso de pesquisas, além de embasar as afirmações

feitas ao longo da reportagem, serve também para a manutenção desse ideal objetivo; são as provas auxiliares (TUCHMAN, 1993), que confirmam o que a jornalista alega no seu texto.

As SDs 9, 11, 12, 14, 17, 19, 20, 22 e 25 atacam a lógica machista do mercado de trabalho, posicionando o Bastião claramente de um lado da questão: o lado das mulheres oprimidas, as *Outras*. A SD9 fala em “Brasil machista de nossos tempos”; a SD17, em “áreas de dominação masculina”, o que permite inferir que, no jogo de poder e de hierarquias, essas são áreas de *submissão* feminina.

Percebe-se, ao fim, o forte posicionamento de ataque à desigualdade social, cumprindo a função do jornalismo de desenvolvimento (KUNCZIK, 1997): são 18 SDs reforçando o sentido nuclear da FD2, sobre a busca por igualdade social. A humanização das personagens, porém, aparece de forma mais tímida (mais personagens são apresentadas nas legendas das fotos, que mostram mulheres em seus ambientes de trabalho): são sete SDs voltadas à FD1, preocupada com a construção de personagens “redondas”.

QUADRO 2: Separação das SDs por FD

FD1 – Construção “redonda”	SD1, SD2, SD3, SD4, SD5, SD6, SD7
FD2 – Promoção da igualdade social	SD8, SD9, SD10, SD11, SD12, SD13, SD14, SD15, SD16, SD17, SD18, SD19, SD20, SD21, SD22, SD23, SD24, SD25

Fonte: elaboração própria

No entanto, o mapeamento das fontes nos permite analisar que, nesse caso, o fator *quantidade* funciona para o objetivo da reportagem, que é mostrar que o sofrimento das mulheres devido à desigualdade de gêneros não é uma realidade particular. Em uma matéria que aborda as diferenças entre mulheres e homens no mercado de trabalho, são trazidas 11 fontes, todas elas femininas. Duas delas – Márcia Santana e Rosane Silva – são fontes oficiais (secretaria de Políticas Públicas para Mulheres do Rio Grande do Sul e secretária nacional da Mulher Trabalhadora da Central única dos Trabalhadores, respectivamente). Mesmo falando desta posição diferenciada, seus discursos corroboram a denúncia às desigualdades.

Além disso, a reportagem é produzida e escrita por jornalistas mulheres – texto e reportagem são de Luiza Müller e as fotos são de Sayuri Kubo. Considerando a situação de opressão abordada, onde as vítimas são as mulheres, podemos afirmar que houve uma desconstrução no formato como normalmente se aborda o tema: não há uma voz masculina; são as *Outras* que se mostram ao seu próprio jeito – afinal, são também as jornalistas vítimas das desigualdades de gênero, uma vez que, ainda que ocupem a *posição de sujeito* de jornalistas na

situação da reportagem, também são mulheres, estudantes e desempenham diversos outros papéis na vida social, nos quais estão sujeitas às diversas violências, sejam físicas ou simbólicas, estimuladas pela diferença de gênero. Dessa maneira, é garantido à mulher seu espaço de fala e seu protagonismo, já que são elas que falam sobre a realidade delas, ocupando o espaço do jornalismo que é, historicamente, masculinista.

4.2 Reportagem 2: Aos moradores de rua, a rua

A segunda reportagem a ser analisada aborda a tentativa da prefeitura de Porto Alegre de fechar a Escola Porto Alegre (EPA), que atende moradores de rua da capital do Rio Grande do Sul. A intenção dos governantes era transferir os alunos a outra instituição da cidade e abrir no local da EPA, que fica no centro da cidade e próximo à Usina do Gasômetro e da orla do Lago Guaíba, uma escola de educação infantil. A transferência era vista com maus olhos pela comunidade escolar e, após muita discussão e protestos, não foi realizada. A reportagem foi veiculada no site do Bastião em dezembro de 2014. Dela, foram extraídas as seguintes SDs, que confirmam os sentidos nucleares das duas FDs encontradas:

FD1 – Construção “redonda”

SD1: “Qual o primeiro ônibus para o litoral?”, perguntou Josebel Gonçalves na rodoviária. O destino não era uma cidade específica: era qualquer uma que não fosse a que estava. **“Porto Alegre e droga pra mim eram a mesma coisa”**. (grifos nossos)

SD2: Duas horas de viagem depois e Josebel desembarca em uma cidade totalmente desconhecida, **sem nenhum trocado no bolso, apenas uma ideia fixa na cabeça: arranjar trabalho**. Ainda que sem direção certa para ir, sem ter certeza nem pra qual lado ficava o mar e pra qual ficava a estrada, **começou sua peregrinação pelas ruas de Capão da Canoa**, parando poucas vezes para pedir água ou comida. (grifos nossos)

SD3: Por destino ou acaso, ou então apenas o resultado de **sua obstinação**, logo em seu segundo dia de caminhada encontrou Seu Billy, que ofereceu a ela um jantar, os fundos de sua casa e uma barraca para que tivesse uma noite tranquila. **Josebel, longe de estar em condições de negar tal proposta, agradeceu, comeu e dormiu**. (grifos nossos)

SD4: **Acordou nervosa** por estar trancada na garagem, sem poder sair. **Sentia-se presa**. Pela primeira vez – e certamente não a última –, **a pedra fez falta**. (grifos nossos)

SD5: [...] percebendo a **força de vontade da jovem porto-alegrense**, ofertou exatamente aquilo que Josebel procurava, um emprego.

SD6: Ao ouvir isso, **Josebel se intrometeu**, minimizando os problemas da dona e garantindo que aquele movimento “não era nada”. **Pela confiança, ganhou seu segundo emprego**. Dessa forma, ao longo do verão Josebel conseguiu juntar mais de R\$ 4 mil, quantia que **nunca havia visto em Porto Alegre**. (grifos nossos)

SD7: Porém, o tempo foi passando e a **saudade da família começou a bater**. Josebel percebia pouco a pouco que a hora de voltar se aproximava. E toda vez que pensava na sua casa, **sentia um frio na barriga**: não sabia se quem chamava era **a família ou a pedra**; era difícil dissociar Porto Alegre de seu passado. Em Capão da Canoa, se mantinha limpa: não conhecia as bocas de fumo e a **vontade de não desapontar quem tanto havia acreditado nela era maior**. (grifos nossos)

SD8: Ao entrar no ônibus para Porto Alegre, **Josebel lembrou quando tinha 13 anos e foi para a rua encontrar as drogas. Desencontrou-se desde então, até deixar a capital para trás**. O motor roncou e, sem saber se teria forças, **ela encarou o passado**. (grifos nossos)

SD9: Logo ao desembarcar na rodoviária de Porto Alegre, Josebel vomitou sangue. Recém-chegada à capital, as más notícias desembarcaram junto: estava com tuberculose. Muito debilitada, **recebeu apoio da família, em especial do pai, e superou a doença**. Josebel sabia agora que não poderia decepcionar a todos e voltar à vida que levava antes de ir para Capão da Canoa. **Em busca de algum futuro, então, encontrou a EPA**. (grifos nossos)

SD10: “Quando eu cheguei aqui, contei a minha história e **não vi aquela cara dizendo ‘drogada!’**. Tu chega ali com os teus problemas e sabe que **alguém vai te ouvir**. Na droga ninguém te ouve. Se tu tá com um problema, desculpa a palavra, é **‘te fode, cada um com os seus’**”. (grifos nossos)

SD11: Falar em fechar a escola **incomoda Josebel**. Para ela, **não há sentido na ação da prefeitura: “A EPA não merecia ser fechada**. Porque da mesma forma que eles viram alguma coisa boa em mim, eles veem coisa boa naquele pessoal ali que ninguém mais acredita. **A pior coisa que tem é tu tá deitado na rua e as pessoas passando por ti**. Ninguém tem a capacidade de te dar bom dia. Ninguém. **De onde veio essa ideia de mexer em um dos poucos lugares que esse pessoal ainda tem?”**. (grifos nossos)

SD12: A história de Josebel **não é única na EPA: epopeias de superação estão em cada esquina da instituição**. São diversos talentos resgatados **da rua e do descaso**. Bruno é **desenhista**, Deivyd é **fotógrafo**, Edisson é **jornalista**. (grifos nossos)

SD13: **Referência no ensino de moradores de rua** e com 19 anos de história, a EPA é também um **espaço de convivência para os 116 alunos matriculados**. Além das **aulas de Ensino Fundamental e oficinas diversas**, como de cerâmica e papel reciclado, muitos aproveitam a infraestrutura do local para **acessar o Facebook** na sala de informática; outros **tomam banho e comem as refeições oferecidas** – café da manhã, almoço e lanche da tarde. Às 18h, o colégio fecha e **os estudantes voltam para a rua**. A maioria vive nas redondezas do local, como na Praça da Matriz ou no entorno da Câmara de Vereadores. Outros vão para albergues. **Poucos vão para uma casa de fato**. (grifos nossos)

SD14: “Ali no Gasômetro é a orla da burguesia. **Desculpa falar**, mas é a verdade. É a orla da burguesia, a orla dos ricos, **tá ligado?** Eles nunca vão querer morador de rua ali. Mas eles **não se ligam** que é o único lugar que o morador de rua tem as

árvores na beira... para poder comer. Eles não pensam nisso. **É pra poder comer, caralho!** Tu vai fazer uma barraca, tu tem um anzol, tu joga ali dentro do rio, tu pesca um peixe...”. (grifos nossos)

De início, a reportagem conta em detalhes a história de vida de Josebel Gonçalves, ex-estudante da EPA e ex-moradora de rua que conseguiu finalizar seus estudos na escola. São as SDs 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9 10 e 11. Dá-se grande detalhamento dos principais acontecimentos na vida de Josebel, em uma clara intenção de desestigmatizá-la da alcunha *moradora de rua*. Ela é mais, todos somos: foge-se da construção de uma *personagem plana*, construída sob um único aspecto e chegamos a uma *personagem redonda*, multifacetada (COIMBRA, 1993). Percebe-se que a contextualização da personagem e sua construção aprofundada possibilita que se minimize o preconceito usual contra aqueles que não possuem teto, como se não possuir teto os fizesse não possuir identidade. Na SD12, é perceptível, uma vez mais, a intenção de liberar os moradores de rua do peso de serem tratados sempre e apenas sob esse estigma pejorativo. Para isso, as personagens são apresentadas pelas atividades que exercem na escola e fora dali – desenhista, fotógrafo, jornalista.

A SD13, apesar de não apresentar nenhum personagem específico, reforça a contextualização das personagens, pois explica o funcionamento da EPA, mostrando que o local é muito mais que uma mera escola. As características das personagens estão, muitas vezes, nos ambientes que frequentam e nas relações que constroem (COIMBRA, 1993).

As SDs 10 e 14 apresentam falas de duas personagens, Josebel e Beijo. Tais falas são transcritas pelo jornalista em aparente acordo com a forma que a personagem de fato fala, uma vez que surgem termos como “te fode”, “tá ligado” e “caralho” – usualmente evitados no jornalismo tradicional. Mantê-los permite uma expressão mais honesta das personagens com o público leitor; a conexão é mais direta e verdadeira. E, lembrando, em muitas situações o diálogo livre descreve melhor uma personagem do que uma descrição a partir do olhar do jornalista (WOLFE, 2005). A utilização do primeiro nome ou mesmo apelidos – Josebel, Beijo, Deyvid, Bruno – também busca a humanização das personagens, nomeando-as e livrando-as da alcunha *moradores de rua*.

FD2 – Promoção da igualdade social

SD15: Apenas uma instituição de ensino atende moradores de rua em Porto Alegre. **E a prefeitura quer fechá-la.** (grifos nossos)

SD16: A escola acolheu a todos e deu espaço para que desenvolvessem seus talentos. **É a única instituição em Porto Alegre capaz – e com vontade – de fazer isso.** (grifos nossos)

SD17: A intenção é abrir, em seu lugar, uma escola de ensino infantil. **Alunos e professores se perguntam se a área da escola é a única disponível para a nova creche.** (grifos nossos)

SD18: **Nenhum aluno se mostra favorável à mudança: “Vai dar tudo errado.** Tu vai colocar uma pessoa que tem ‘contra’ lá, ‘contra’ aqui. Não existe. **A grande maioria do pessoal daqui não pode ir pra lá**”, afirma Josebel. A questão territorial, para quem vive na rua, é muito cara. Além disso, ao lado do CMET, na Vila Planetário, **o tráfico de drogas é constante, inclusive o de crack**, que seduziu muitos dos alunos da EPA no passado. (grifos nossos)

SD19: Para Eliane Meleti, chefe de gabinete da Secretaria de Educação de Porto Alegre, **a questão principal para o fechamento da EPA é financeira:** “Chega uma hora que a gente, enquanto gestor, tem que tomar uma decisão. **A gente tem obrigação com as pessoas? Tem. Mas a gente tem que ver que todo esse gasto feito na EPA sai de algum lugar: do bolso dos contribuintes**”. (grifos nossos)

SD20: Oficialmente, segundo o governo de Porto Alegre, apenas 23 alunos frequentam a escola – a outra centena de nomes nas listas de chamadas, por apresentarem baixa frequência, **são desconsiderados pelo poder público.** (grifos nossos)

SD21: “A EPA tem os **alunos igualzinho ao de qualquer EJA** [Educação de Jovens e Adultos]. Eles são alunos de EJA. **A obrigação da escola não é dar banho.**” (grifos nossos)

SD22: Para Edisson Campos, conhecido como Beijo, um dos alunos mais ativos na resistência da escola, é exatamente a questão territorial, mas por outro viés, que explica a vontade da prefeitura de expulsar os moradores de rua daquela região. **A área onde a EPA está é nobre**, próxima à Usina do Gasômetro, e, obviamente, **moradores de rua não fazem parte dos planos de ~revitalização~ da região.** Beijo resume a ação da prefeitura em duas palavras: **higienização social.** (grifos nossos)

SD23: **Indignados e mobilizados**, os alunos da EPA se ergueram contra a arbitrariedade do despejo. **Com protestos e passeatas, conseguiram adiar o fechamento da escola** para a metade de 2015 – o plano da prefeitura era fechá-la já no final do ano. A vitória, no entanto, foi parcial, uma vez que a matrícula de novos alunos foi proibida. Mas **cada vez mais vozes se somam a dos moradores de rua e fica difícil ignorá-los.** Uma nova audiência pública está marcada para o dia 17 de dezembro. (grifos nossos)

SD24: A primeira audiência, ocorrida em 30 de outubro, **sequer contou com a presença da secretária de educação de Porto Alegre**, Cleci Jurach, mostrando que **a prefeitura nega aos alunos da EPA até mesmo a sua existência.** Com tal atitude, **empurra-os para a rua e para o esquecimento**, se tornando a própria prefeitura a causadora daquilo que supostamente quer se livrar: de pessoas em situação de rua. **Negando-lhes oportunidades, o governo de Porto Alegre acaba por transformar potenciais estudantes em potenciais criminosos.** “A EPA saindo daqui, eles [os alunos] vão voltar pra rua. **Tá na rua, acontece droga, acontece roubo, acontece briga, acontece morte. A quantidade de crimes nesta área vai aumentar**”, relata Josebel. (grifos nossos)

SD25: Camaleões escondidos no cinza da cidade, **muitos não os veem.** Outros, como parece ser o caso da prefeitura de Porto Alegre, **fingem não ver, talvez a**

única forma encontrada para lidar com a gritante desigualdade das ruas. Mas o fato de não serem vistos **não faz dos moradores de rua invisíveis.** Muito pelo contrário, **apenas faz cegos aqueles que não os veem.** E **contra a cegueira, a EPA resiste.** (grifos nossos)

A reportagem em nenhum momento parece preocupada em se manter “imparcial”. Ao contrário, cumpre o que se espera do *jornalismo de desenvolvimento* proposto por Kunczik (1997): mais que mero mediador, é preciso posicionamento crítico e responsabilidade na busca pela igualdade social. As SDs 15, 19, 21 e 24 demonstram esse posicionamento, ao tecerem críticas ao posicionamento da prefeitura de Porto Alegre. Há, ainda, uma defesa em prol da EPA, o que pode ser percebido nas SDs 16 e 25, que afirmam, respectivamente, que a escola “acolheu a todos” e que a EPA “resiste contra a cegueira” do poder público.

As fontes oficiais também aparecem corroborando o discurso de “absurdo” nas ações da prefeitura. Eliane Meleti, chefe de gabinete da Secretaria de Educação de Porto Alegre, tem uma fala permeada por preconceitos, como mostram as SDs 19 e 21. Os trechos da fala escolhidos para caracterizá-la (e, em consequência, caracterizar a política da prefeitura de Porto Alegre) reforçam o posicionamento do Bastião em relação à questão: uma vez mais, é ao lado dos oprimidos que a revista se coloca – no caso, dos moradores de rua. Como dito anteriormente, não há (e nem se busca) imparcialidade: o que se almeja é a justiça social, dentro daquilo que é possível ser feito no âmbito de uma reportagem jornalística, que é dar voz a quem sofre com a desigualdade, mantendo o protagonismo das personagens em uma história aprofundado em tempo e espaço (MEDINA, 1988).

As SDs 17, 18, 20, 22 e 23, demonstram a arbitrariedade na intenção da Prefeitura de Porto Alegre em fechar a EPA, uma vez que a vontade dos alunos e pessoas envolvidas com o projeto é de permanecer lá. Na SD18, Josebel garante que “vai dar tudo errado”; na SD22, Beição afirma que é uma medida de higienização social; na SD23 o jornalista diz que “é cada vez mais difícil ignorá-los”, política da prefeitura até aquele momento. Percebe-se o uso de aspas que correspondem ao dito pela matéria, deixando o texto ainda objetivo, mesmo que carregado de opinião (TUCHMAN, 1993).

QUADRO 3: Separação das SDs por FD

FD1 – Construção “redonda”	SD1, SD2, SD3, SD4, SD5, SD6, SD7, SD8, SD9, SD10, SD11, SD12, SD13, SD14
FD2 – Promoção da igualdade social	SD15, SD16, SD17, SD18, SD19, SD20, SD21, SD22, SD23, SD24, SD25

Fonte: elaboração própria

4.3 Reportagem 3: Não somos capazes de dar voz a alguém

A terceira reportagem a ser analisada tem um formato diferente das anteriores. Talvez seja ela a mais próxima de uma construção direta do *Outro* a partir dele próprio, uma vez que o texto é feito por um presidiário, que escreve sobre a temática da solidão (tema de escolha livre). A matéria resultou de uma parceria do Bastião com o projeto Direito no Cárcere, uma iniciativa que busca implementar “[...] plataformas de expressão aos apenados do Presídio Central de Porto Alegre, vislumbrando a música, a poesia e o cinema como instrumentos de educação inclusiva e fomentadores da expressão da cidadania local”, segundo descrição no blog do projeto²³. Por meio deste grupo, foi possível publicar no Bastião a palavra direta daqueles que sofrem as mazelas de habitar, ainda que temporariamente, um dos piores presídios do Brasil, o Presídio Central²⁴. Daí o título da matéria: “Não somos capazes de dar voz a alguém”. O que é dado é espaço para que a história do *Outro* seja construída por ele mesmo. O exercício da alteridade está no reconhecimento da capacidade do *Outro* de ser protagonista de sua versão da própria história. Com esse formato de texto, dando liberdade ao *Outro* para que se revele, não existe um trabalho jornalístico de busca por dados que falem da situação dos presídios; há uma mínima mediação dos jornalistas da equipe (edição, diagramação, fotos); não há entrevistas; existe apenas a narrativa do presidiário. Por esse motivo, o texto foi encaixado na seção de literatura da revista.

Para facilitar a análise, vamos dividir o texto em três partes: a introdução, escrita por Sergio Trentini, jornalista do Bastião; a abertura escrita pelo coletivo Direito no Cárcere; e por fim o texto de Marcelo Fraga, presidiário que fala sobre a temática da solidão.

4.3.1 Introdução por Sergio Trentini:

FDI – Construção “redonda”

SD1: Marcelo de Souza Fraga está no regime fechado, recolhido no Presídio Central de Porto Alegre, **condenado a seis anos de reclusão pelo delito de roubo. Ele faz parte do Grupo de Escritores do Projeto Direito no Cárcere.** (grifos nossos)

A SD1 apresenta um princípio de descrição da personagem que aparecerá adiante com suas próprias palavras. Como o espaço introdutório é curto, não há um detalhamento grande de quem é essa personagem, mas já podemos entender que ela está no Presídio Central de Porto Alegre e que participa de um grupo de escritores, o que, de certa forma, serve para desestigmatizar a

²³ www.direitonocarcere.blogspot.com.br

²⁴ O Presídio Central já foi objeto de notificação da Comissão Interamericana de Direitos Humanos da OEA (Organização dos Estados Americanos) devido à superlotação, abusos e homicídios. Disponível em: http://www.bbc.com/portuguese/noticias/2014/01/140115_seis_prisoas_1k. Acessado em: 10/11/2015

imagem de presidiário e ressaltar que, sim, ele é mais que isso: é uma pessoa que lê, escreve e é capaz de narrar a si e aos outros.

FD2 – Promoção da igualdade social

SD2: Não somos capazes de dar voz a alguém. É impossível falarmos, de forma integral, através de outras bocas, escrever através de outras mãos e, principalmente, ver através de outros olhos. Tudo parte de um ponto de vista: o nosso. **Tentar afastar nossas perspectivas como forma de compreender o próximo é, sim, válido.** Não deixa de ser uma boa premissa. Já é alguma coisa, dizem. **Mas dar voz a alguém é deixar que falem.** (grifos nossos)

Nesse trecho, que representa a voz do Bastião, percebemos de forma clara a intenção da revista em se estabelecer como um *espaço de voz* para o *Outro*: um lugar para a livre expressão do marginal, do pobre, do esquecido – enfim, dos *impuros da pós-modernidade* (BAUMAN, 1998). O que falta ao *Outro* não é voz; é espaço para que possa expressar seus desejos e anseios. A SD2, que afirma que “dar voz a alguém é deixar que falem”, destaca esse posicionamento do Bastião.

4.3.2 Abertura do grupo Direito no Cárcere:

FD1 – Construção “redonda”

SD3: Para quem se encontra em condições como as nossas, **nada melhor que falar sobre sentimento**, algo tão importante para as pessoas na rua e **questionado se temos aqui dentro**. Há quem diga que cometemos erros por não termos sentimento ou por ter em demasia por alguém, mas queremos aqui, nessa tentativa de organizar um grupo de simples aprendizes de Escritores, **expor o que cada um de nós pensa** sobre a solidão. (grifos nossos)

SD4: **Para mim, escrever é uma forma de lidar com a solidão**, para outros, ainda é um grande obstáculo a superar, seja aqui atrás das grades ou na rua, onde **muitos ainda se encontram em constante prisão dos sentimentos**, e um deles é a solidão. (grifos nossos)

As SDs 3 e 4 mostram uma forte carga de subjetividade e o desejo de expressar os sentimentos por parte desse grupo de escritores: os presidiários sentem que há um questionamento sobre se eles de fato possuem sentimentos; percebe-se a noção, por parte deles, de que a sociedade os vê quase como desumanos. “Nada melhor que falar sobre sentimento”; “expor o que cada um de nós pensa”; e “escrever é uma forma de lidar com a solidão” apontam essa ânsia por expressão, subjetividade captada a partir da construção de uma personagem redonda. A escrita para uma revista é uma mediação possível com o mundo exterior. É uma chance de dizer e ser ouvido – e também de corrigir versões de si contadas por outros.

FD2 – Promoção da igualdade social

SD5: Buscamos de **comum acordo** abordar um tema que todos tivéssemos conhecimento e **autoridade para falar**. (grifos nossos)

SD6: Abastecendo nosso tempo com **conhecimento**, nunca faltará argumento para **debater com os questionamentos que a vida nos implica**. (grifos nossos)

As SDs 5 e 6 confirmam o núcleo de sentido da FD2 por determinarem a autonomia dos presidiários em relação ao que será escrito sobre eles. Autonomia e protagonismo são passos determinantes para o estabelecimento da igualdade social. O tema da solidão é escolhido em “comum acordo”; os presidiários possuem conhecimentos e estão capacitados a “debater com os questionamentos que a vida nos implica”.

4.3.3 “Solidão”, por Marcelo Fraga:

FD1 – Construção “redonda”

SD7: **Para mim**, solidão abrange uma parte muito mais complexa de nossas vidas. Por exemplo, **eu posso ser uma pessoa solitária mesmo estando rodeado por uma multidão**. (grifos nossos)

SD8: **Somos seres racionais, mas também somos seres sentimentais**. No momento em que escondo meus sentimentos e emoções, seja por pensar que assim serei uma pessoa mais forte, seja por vergonha de parecer muito emotivo e, por consequência, facilmente influenciável ou até mesmo para não me tornar uma pessoa muito “transparente”. (grifos nossos)

SD9: O fato é que fomos criados para sermos pessoas que precisam interagir umas com as outras. E isso inclui **pedir ajuda, abraçar, demonstrar afeto** e, principalmente (e aqui creio estar mais uma falha em nossa sociedade), **me preocupar com o próximo**. (grifos nossos)

SD10: [...] e, quando for ver, se deixou para trás o que realmente importa: **estar ao lado de quem se ama, o sorriso de uma criança, um gesto de generosidade**. (grifos nossos)

SD11: Escrevo não sob um prisma religioso, mas **baseado em experiências e práticas vividas e observadas nestes meus 35 anos de existência**. (grifos nossos)

É permitido ao *Outro* que traga toda a sua subjetividade; que mostre àquele que o lê, que está do outro lado do muro, os seus sonhos, medos e desejos. As SDs 7, 8, 9 e 10, especialmente, ressaltam essa característica, respectivamente: “posso ser uma pessoa solitária”; “somos seres sentimentais”; “pedir ajuda, abraçar, demonstrar afeto”; “um gesto de generosidade”. Todos esses trechos mostram a densidade emocional deste *Outro* que escreve: eles permitem a construção de uma *personagem redonda* (COIMBRA, 1993). Esse nível de profundidade é atingido devido à forma como a alteridade é praticada no texto: a partir do *Outro*, em oposição ao que acontece normalmente, quando parte do *Eu* (JODELET, 1998). A SD11 apresenta um pouco mais

quem é essa personagem, permitindo a contextualização e humanização ainda maior dessa personagem.

FD2 – Promoção da igualdade social

SD12: Hoje em dia, que vivemos em **uma sociedade competitiva**, em que **somos ensinados desde pequenos a nos tornar pessoas aptas a viver em uma “selva de pedra”**, como são chamadas as grandes cidades, **as crianças já crescem com a concepção de que precisam ser “fortes”**, e isso inclui, muitas vezes, **esconderem seus sentimentos**. (grifos nossos)

SD13: Sim, porque **nos dias atuais as pessoas estão muito mais preocupadas consigo mesmas do que com os outros. Estamos deixando de lado valores e princípios básicos** que, na minha opinião, são inegociáveis. No momento em que ensino para o meu filho que é mais importante ele se preocupar com os seus próprios problemas do que com os problemas de seus colegas ou amigos, estou, talvez, inconscientemente, criando uma redoma à sua volta e, por consequência, **o tornando uma pessoa egoísta e solitária**. (grifos nossos)

SD14: Em um mundo com 7 bilhões de pessoas **parece até mesmo uma incoerência falar de solidão**, mas a verdade é que **o homem atual está muito ocupado com os seus afazeres e problemas que acaba se esquecendo que na vida as coisas passam muito rápido** [...]. (grifos nossos)

SD15: Está na hora de **rever nossa maneira de viver, o que estamos fazendo neste Planeta**, se viemos aqui a passeio ou se realmente queremos fazer a diferença em alguma coisa. **Me torno uma pessoa solitária quando passo a olhar só para meu umbigo** e esqueço o mundo à minha volta. (grifos nossos)

SD16: **Há alguma coisa errada em nossa cultura atual**, em que estamos muito **mais preocupados com o que temos do que com o que somos ou fazemos**. Se o homem atual, **mesmo vivendo em um Planeta superpopuloso se sente só, é porque algo lhe falta**. E aqui reside o “x” da questão. (grifos nossos)

SD17: Quero lembrar que quando alguém escreve sobre algo, está escrevendo sob o seu ponto de vista e **aqui emito a minha opinião. Longe de querer ser o dono da verdade**. (grifos nossos)

SD18: Somos seres criados por Deus e, como tais, temos o espírito do Criador em nós. À medida que os séculos foram se passando, **o homem foi se afastando de Deus e isso foi criando um vazio muito grande em nossas almas**, a ponto de não sentirmos mais a presença divina em nossas vidas. O distanciamento de Deus, que é espírito, **nos fez perder os valores espirituais**, quais sejam: **o amor, a compreensão, a compaixão, a bondade** e tantas outras coisas que **temos negligenciado ao nosso próximo, que tanto necessita de nossa ajuda**. (grifos nossos)

SD19: [...] o Senhor está com os braços abertos, pronto para **devolver aquilo que perdemos** com o passar do tempo, **restaurar uma sociedade moralmente corrompida** e fazer com que o homem esteja plenamente satisfeito. Só assim, a meu ver, **deixaremos de estar sós em meio a uma multidão**. (grifos nossos)

Em consonância com o sentido exposto pela FD2, encontramos no texto diversos trechos que criticam a sociedade contemporânea. São os casos das SDs 12, 13, 14, 15, 16, 18 e 19. A crítica ao egoísmo e à solidão decorrentes das práticas neoliberais são também críticas a um sistema em que impera a desigualdade. São, portanto, medidas para a promoção da igualdade social.

A SD17 demonstra o grau de autonomia atingido pelo *Outro* quando lhe é permitida a livre expressão: é “a minha opinião” - e, uma vez impressa, não será possível interrompê-la. As SDs 18 e 19 também se relacionam com a autonomia do escritor, uma vez que permitem que seu raciocínio siga seu próprio rumo, mesmo que seja sob um prisma religioso, que traz a presença de Deus para explicar os acontecimentos. Há, portanto, respeito às crenças do *Outro*, que não precisa subjugar seu saber a um saber dito “superior”.

O *Outro* recebe nesse texto uma *posição de sujeito* que raramente alcança: é o autor. É ele próprio que define o que dirá sobre si e seus sentimentos – e, especialmente, o que não dirá. É ele o dono de seu próprio destino, se aproximando, inclusive, de deixar de ser este *Outro* desconhecido, sem nome ou história, para se tornar um cidadão pleno, em pé de igualdade com qualquer outro ser deste planeta, ao menos no espaço daquele discurso. Está, enfim, em seu lugar de direito, garantindo ao máximo o protagonismo no narrar da sua própria vida. Essa igualdade como sujeito capaz de narrar sobre si e sobre os outros pode ser provada por um fato ocorrido durante a produção dessa matéria: no momento de corrigir os textos, os jornalistas se questionaram se deveriam arrumar eventuais erros linguísticos ou se deveriam “deixar passar”, com o intuito de não alterar a mensagem inicial dos presidiários nem afetar a forma como desejam se comunicar. Ora, se o material produzido por esses jornalistas sempre sofreram correções, por que o que vem do *Outro* não deveria passar pelo mesmo processo, protegendo-o de erros gramaticais e ortográficos? Por fim, decidiu-se pela correção, seguindo a política normal da revista.

QUADRO 4: Separação das SDs por FD

FD1 – Construção “redonda”	SD1, SD3, SD4, SD7, SD8, SD9, SD10, SD11
FD2 – Promoção da igualdade social	SD2, SD5, SD6, SD12, SD13, SD14, SD15, SD16, SD17, SD18, SD19

Fonte: elaboração do pesquisador

5 CONCLUSÃO

A pressa de chegar em casa faz com que sequer olhemos para a rua ao nosso redor. O medo do assalto e da violência nos faz correr rumo às *ilhas de semelhança* (BAUMAN, 2009). O ônibus lota, o trânsito para. Viver a cidade se torna uma experiência desagradável. Se sequer enxergamos o *Outro*, escondido em meio ao cinza das ruas, como se dará a construção da sua alteridade? Somente as ilhas de consumo, praças privadas cercadas de lojas e seguranças, permitem um breve sentimento de paz ao ser consumidor. A cidade é tomada de seus cidadãos e cidadãs, que testemunham um suposto “progresso” – mais ruas, menos árvores; mais shoppings, menos praças – arrancar os *consumidores falhos* (BAUMAN, 1998) de suas casas, empurrando-os para cada vez mais longe dos centros das cidades. Nos jornais, reinam os escândalos políticos seletivos, ao lado do resultado da rodada do futebol semanal. Ora, a publicidade paga o jornalismo; logo, o jornalismo responde à publicidade. Se a construtora paga a publicidade, a quem responde, em consequência, o jornalismo? Manda quem pode, obedece quem tem juízo. Ou: fala quem tem poder, escuta quem não tem opção.

Eis a relevância do Bastião e da imprensa alternativa em geral: propor debates negligenciados pelo jornalismo tradicional e aprofundar questões essenciais para a sociedade que parecem esquecidas na pressa do dia a dia. Os veículos alternativos levam à população a possibilidade de reflexão, conhecimento de outras realidades e pontos de vista e de construção de argumentos, além de conceder, àqueles que raramente são ouvidos, espaço para a sua expressão. Assim, esses veículos, o Bastião dentre eles, se confirmam como “elo” entre os cidadãos e cidadãs, um espaço de conhecimento e de reconhecimento (MEDITSCH, 2004), fortalecendo a democracia e construindo, por meio da circulação da informação, cidadãos e cidadãs conscientes e ativos/as na sociedade – tal qual teorizou Traquina (2004) sobre o *polo ideológico* do jornalismo. Conseguem, ainda que em pequena escala, vencer a distância imposta pelos muros e cercas recortadas por faixas de asfalto das nossas cidades pós-modernas, aproximando entes distantes na sociedade ao amplificar as vozes dos *impuros da pós-modernidade* (BAUMAN, 1998).

A maneira encontrada pelo Bastião para realizar tal tarefa é o resgate da prática da reportagem aprofundada, essência da narrativa jornalística (MUNIZ; SODRÉ, 1986). Esse gênero possui um potencial único de aprofundamento, contextualização e humanização dos relatos de realidade promovidos pelo jornalismo. Permite um mergulho no tempo-espaço (MEDINA, 1988) e resiste à efemeridade de um mundo obcecado pelo agora (BAUMAN, 2008). Para ser bem-sucedida, porém, é exigido do e da jornalista que vá às ruas, converse com as pessoas, sinta cheiros, emoções, embriague-se nas realidades que pretende retratar. Deverá apoiar-se na aproximação

etnográfica, prática antropológica, para compreender a riqueza do momento de contato com o *Outro*. Fazendo uso das técnicas desse campo, como a observação participante e a entrevista não-diretiva, de caráter mais livre que a entrevista jornalística comum e suas perguntas pré-prontas (e, por isso, de respostas também previsíveis (MEDINA, 2008b), poderá adentrar a realidade do *Outro* e enxergar o mundo de uma maneira minimamente mais próxima a dele.

Está aí, exatamente, o esforço maior: lutar contra as forças etnocêntricas e narcisistas que nos movem e permitir ao *Outro* se mostrar em sua completude. Reverter o processo de construção da alteridade, que parte do *Eu* (JODELET, 1998), deixando ao *Outro* que se revele à sua maneira e ao seu tempo. Não tentar moldá-lo a partir de expectativas do *Eu*; ao contrário, deixar sê-lo, aprender com ele, mesclar saberes, entender seu contexto e buscar viver em harmonia com suas inevitáveis excentricidades.

No *new journalism* norte-americano poderá se buscar inspiração para aproximar o jornalismo, uma vez mais, das pessoas e da arte, por meio da valorização estilística do texto da reportagem. Somente assim esta prática recuperará seu potencial revolucionário (LIMA, 1993). É preciso mergulhar nas histórias, captar detalhes, que servirão como *operadores de verossimilhança* (COIMBRA, 1993), analisar a fundo a personalidade e particularidades daquela ou daquele que será personagem das histórias contadas mais tarde. Essa é a única maneira para que se construam *personagens redondas* (COIMBRA, 1993), multifacetadas e que têm suas subjetividades abarcadas pela produção do ou da jornalista, estando, por isso, mais próximas das pessoas que venham a consumir a reportagem mais tarde.

Aproximar pessoas e combater preconceitos, em busca da promoção da igualdade social. É esse, ao fim de tudo, o propósito do Bastião. Com isso em mente, o periódico buscou dar protagonismo ao *Outro* no relato de suas histórias, como vimos nas reportagens analisadas no capítulo anterior. Com a construção de *personagens redondas* (COIMBRA, 1993), com a busca de subjetividades, cheiros, cores e contextos (COIMBRA, 1993; LIMA, 1993; WOLFE, 2005), tomando o *Outro* como sujeito e não mero objeto (MEDINA, 2008b), suas particularidades são respeitadas, ao mesmo tempo em que é possível a compreensão de que suas atitudes são frutos de uma construção social muito mais ampla que a do âmbito individual; compreendemos que todas as personagens se relacionam dentro de uma complexa rede de interdependência, onde a ação de uma afeta a da outra (ELIAS, 2001). Partindo dessa noção, nos aproximamos do ideal de justiça social defendido por Bauman (1998): uma justiça que trata a todos com igualdade, sem perder de vista, no entanto, as individualidades de cada ser, permitindo que sejam o que lhes convier ser.

Há, também, nas reportagens analisadas, uma clara presença dos princípios do *jornalismo de desenvolvimento* (KUNCZIK, 1997): existe a intenção de propor mudanças na

sociedade; de problematizar as incoerências de um sistema desigual; existe preocupação com o subjetivo tanto quanto com o exato. Além disso, o Bastião não se propõe a mero mediador: é propositor dessas mudanças que deseja. Assim, faz o que se espera do jornalismo alternativo (KUCINSKI, 1991): assume responsabilidades na luta pela igualdade social, dando espaço para a expressão de vozes esquecidas pelo jornalismo tradicional e promove, assim, a pluralidade de pontos de vista (WOITOWICZ, 2009). Devolver o protagonismo às mulheres, aos moradores e moradoras de rua e aos/às presidiário(a)s, ou seja, aos *impuros da pós-modernidade* (BAUMAN, 1998), é recolocar o jornalismo em seu devido lugar social. O Bastião se aproxima, assim, do *polo ideológico* da profissão (TRAQUINA, 2004), preocupado em empoderar cidadãos e cidadãs e permitir o pluralismo de vozes na sociedade, pressuposto básico da democracia.

Facilitar a aproximação entre pessoas está também por trás da intenção do Bastião de valorizar o material impresso, com cuidados com a questão estética. O objetivo é enriquecer a absorção das reportagens e demais formatos de arte e informação contidos na revista, mobilizando a sociedade a partir das pautas que aborda. A preocupação com a qualidade artística do texto jornalístico deve respeitar, sempre, a veracidade dos fatos necessária para a prática da profissão.

A lógica neoliberal, porém, faz com que empresas de comunicação abandonem a reportagem, muito custosa na comparação com as notícias diárias. As redações sofrem cortes e os jornalistas sobreviventes se veem sobrecarregados (RAMONET, 2012), sem tempo para buscar aprofundamentos. Dificuldades econômicas, da mesma forma, impedem o avanço da imprensa alternativa. Imprimir revistas é caro e a lógica publicitária, que privilegia veículos de maior tiragem (e em consequência os de maior potencial econômico, pois podem bancar as impressões), é cruel. Novas possibilidades surgem, embriagadas pelo potencial cooperativo de um mundo em rede: financiamentos por *crowdfunding* são cada vez mais usuais, mas ainda não parecem funcionar como uma forma de financiamento *permanente*, servindo como alternativa para ações pontuais – como fez o Bastião na passagem de sua “fase amadora” para a “fase profissional”. Colabora ainda com o quadro de dificuldades financeiras certa incapacidade administrativa por parte de jornalistas, publicitários e relações públicas recém-formados ou mesmo ainda em formação, incapazes de encontrar saídas para os gargalos econômicos encontrados no caminho.

A *internet*, caminho natural para o jornalismo contemporâneo, ao mesmo tempo em que acena com novas oportunidades, tanto de financiamento como de construção do material jornalístico, também é engolida pelas práticas neoliberais de mercado. Estaríamos nos rendendo ao consumo mercadológico mesmo no ambiente virtual, que é, por suposição, mais livre e difícil de ser controlado por governos e empresas (CASTELLS, 2013)? Para o seu produto aparecer, você precisa

pagar: informações tem a circulação definida a partir de algoritmos de *Google* e *Facebook*, que invariavelmente privilegiam aqueles que pagam mais para ter seus produtos em destaque.

Mas não pode haver rendição frente às forças de mercado. Em um cenário de tamanha desigualdade social como na sociedade brasileira, toda iniciativa que busque ser um canal de expressão para os excluídos é de vital importância. Após 20 edições impressas e diversos materiais publicados *online* – todos distribuídos gratuitamente –, o Bastião conquistou um lugar de destaque dentro do circuito independente porto-alegrense e até mesmo estadual. Assim, potencializou sua capacidade de difundir vozes antes pouco escutadas, trazendo à tona pautas ignoradas pelos grandes grupos de comunicação. O debate público ganhou um meio de informação livre de vícios comerciais. Defensor do direito à informação do cidadão, a Revista Bastião tentou afastar sua produção da noção de que é mera mercadoria. Para isso, foi até as pessoas, com uma rede de distribuição itinerante, levando jornalismo gratuito a diversos pontos públicos da cidade. A tiragem pequena, porém, limitou o alcance dessas iniciativas. O motor para tudo sempre foi a vontade de mudar o cenário de exclusão social e participar do processo de democratização dos meios de comunicação no Brasil.

O caminho, claro, é muito mais tortuoso, e o simples querer mudar não significa mudar algo de fato. Nascido quase que de um arroubo juvenil, o Bastião foi aprendendo a fazer reportagens enquanto as fazia, e o combate à lógica mercantilista que permeia o jornalismo atual o levará, pouco a pouco, à exaustão. Ele deixará de existir, cedo ou tarde. Por isso a importância deste trabalho: registrar essa jornada fará com que novos veículos possam aprender com erros cometidos – a falta de atenção a questões administrativas em especial – e se inspirar pelo espírito contagiante daqueles que querem, acima de tudo, a justiça social. Daqueles que querem devolver ao *Outro* o protagonismo das versões de suas histórias. Não é o que vemos hoje, mas é, sem dúvida, o que queremos ver amanhã.

Potencialmente, a reportagem serve como uma ponte entre entes da sociedade, e a isso o Bastião se propôs. Seu público-consumidor, como explicado anteriormente, está localizado nas classes mais abastadas da sociedade, já que a distribuição foi focada, inicialmente, em universidades; o *Outro* que é retratado nas reportagens, ao contrário, é o marginal, o pobre, o excluído do mundo do consumo. Dessa forma, o Bastião faz com que as “histórias esquecidas” circulem pela cidade, levando pessoas a se conhecerem e se reconhecerem, diminuindo distâncias e, a partir da humanização dos relatos, quebrando preconceitos.

As fontes oficiais, recorrentes na imprensa tradicional, foram muitas vezes deixadas em segundo plano, prevalecendo os pontos de vista “marginais”. O que à primeira vista pode parecer um desequilíbrio no fazer jornalístico (dar maior relevância para a fala de determinados grupos),

porém, acaba por se provar como um *reequilíbrio* das vozes escutadas pelo jornalismo: os pontos de vista privilegiados pelo Bastião são exatamente os excluídos dos veículos tradicionais.

É preciso que se resista “às coisas como são”. Negar de maneira irreduzível o que nos vendem como única saída possível. Negar que é assim porque é. Porque dá dinheiro. Negar esse projeto delirante que diz que quanto mais melhor. Que quanto mais veloz mais importante. Negar a vida em nome dos números. Não somos definidos pelo nosso Produto Interno Bruto nem pela cotação do real em relação ao dólar. Somos muito mais.

Por isso, alternativas precisam desesperadamente ser criadas e, toda vez que uma se mostrar de fato impraticável, corroída pelas forças protetoras do livre mercado, outras cinco deverão nascer, até que não haja limites para as vozes que foram por tanto tempo abafadas. A ânsia por expressão é pulsante e pulsará até tudo explodir, como previu Ramonet (2012). Não em um ato destruidor, mas sim em uma explosão que fragmenta, que abre espaço, que divide o que era único e que com seus estilhaços faz sangrar a velha ideia de que a verdade tem dono ou que a informação pertence a alguém. Ela é de todos. Urge um cenário com maior transparência, para que possamos estabelecer uma comunicação honesta entre nós. Sem confiança não resta nada além do medo e do individualismo (CASTELLS, 2013). Compromisso social para vencermos as desigualdades que nos assolam, valorização do *Outro*: a isso que o jornalismo deve se prestar.

Pouco importa que o Bastião tenha sido uma iniciativa em uma pequena cidade de um país imenso no hemisfério sul do mundo. Importa a conexão com outras: somente a união de forças que hoje resistem isoladamente ao pensamento mercantilista fará da mudança uma realidade possível. Há esperança: ninguém nasce meritocrata ou acumulador de capital. Ninguém nasce com medo do *Outro*. Pelo contrário: nos dão à luz e tudo o que temos é o *Outro* (JOVCHELOVITCH, 2008). Em algum momento, porém, o medo se tornou lucrativo, e logo nos ensinaram que a rua é perigosa. O mundo externo se resume a visitas às ilhas de consumo, seguras e distantes de qualquer *Outro*, livres das diferenças que aterrorizam.

No entanto, sempre que nos permitimos escapar às ruas, encontramos vida. Encontramos histórias diferentes das nossas e das quais podemos aprender, assim como ensinar um pouco do que sabemos. Precisamos estar abertos ao *Outro*, às trocas, às misturas. Conhecê-lo. Reconectarmo-nos. Somente com a simbiose de saberes haverá avanço (LIMA, 1993). O jornalismo, dessa forma, se apresenta como uma ferramenta riquíssima para o avanço social, pois pode (deve) ceder espaço às diversas vozes da sociedade, que se conflitam, se debatem e se misturam; com um jornalismo plural, a igualdade social estará mais próxima. Até hoje, porém, a pluralidade de pontos de vista nos foi negada (MEDINA, 2008b), transformando o monopólio da comunicação em uma verdadeira ameaça à democracia nacional (RAMONET, 2012).

Negar a racionalidade positiva e a lógica neoliberal consumista é possível. Propor uma alternativa, ainda que infrutífera, é necessário. Buscar um mundo mais humano, mais diverso e múltiplo por meio do jornalismo, em especial da reportagem, com seu potencial único de aprofundar, humanizar e contextualizar os relatos da realidade, é urgente. Precisamos lutar por um projeto que reconecte as pessoas, que destrua os muros que nos separam e que combata o narcisismo moderno, permitindo ao *Outro* que se mostre como bem lhe convir.

Para que possamos enfim viver em paz.

REFERÊNCIAS

- ARRUDA, Angela. O ambiente natural e seus habitantes no imaginário brasileiro. In: _____ (org.). **Representando a alteridade**. Petrópolis, RJ: Editora Vozes, 1998.
- BAUMAN, Zygmunt. **O mal-estar da pós-modernidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1998.
_____. **Globalização: as consequências humanas**. Rio de Janeiro: Zahar, 1999.
_____. **Vida para consumo**. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.
_____. **Confiança e medo na cidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2009.
- BENETTI, Marcia. Análise do Discurso em jornalismo: estudo de vozes e sentidos. LAGO, Cláudia; BENETTI, Marcia (org.). **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.
- BERGER, Peter L.; LUCKMANN, Thomas. **A construção social da realidade: tratado de sociologia do conhecimento**. Petrópolis: Editora Vozes, 2003.
- BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.
- CASTELLS, Manuel. **Redes de indignação e esperança: movimentos sociais na era da internet**. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.
- CHRISTOFOLETTI, Rogério; KARAM, Francisco José Castilhos. Fundamentos jornalísticos para novos cenários éticos da informação. In: ALBUQUERQUE, Afonso; BERGER, Christa; KÜNSCH, Dimas A.; SILVA, Gislene (orgs.). **Jornalismo contemporâneo: figurações, impasses e perspectivas**. Salvador: EDUFBA; Brasília: Compós, 2011. Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ri/1586/1/Jornalismo%20contemporaneo.pdf>. Acessado em: 22/09/2015.
- COIMBRA, Oswaldo. **O texto da reportagem impressa**. São Paulo: Ática, 1993.
- DEUZE, Mark; WITSCHGE, Tamara. Além do Jornalismo. In: **Leituras do Jornalismo**. Ano 2, vol. 2, n. 4, jul.-dez. 2015.
- DUARTE, Marcia Yukiko Matsuuchi. Estudo de caso. In: BARROS, Antonio; DUARTE, Jorge. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2012.
- ECKERT, Cornelia; ROCHA, Ana Luisa Carvalho da. Etnografia: saberes e práticas. In: GUAZZELLI, César Augusto Barcellos; PINTO, Céli Regina Jardim. **Ciências Humanas: pesquisa e método**. Porto Alegre: Editora da Universidade, 2008.
- ELIAS, Norbert. **Os estabelecidos e os outsiders: sociologia das relações de poder a partir de uma pequena comunidade**. Rio de Janeiro: Zahar, 2000.
_____. **A sociedade de corte: investigação sobre a sociologia da realeza e da aristocracia de corte**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2001.
- FOLETTI, Leonardo. **Cultura hacker e jornalismo: práticas jornalísticas do it yourself na comunidade brasileira**. Transparência Hacker. 2013. Disponível em: https://www.academia.edu/4571932/Cultura_hacker_e_jornalismo_pr%C3%A1ticas_jornal

%C3%ADsticas_do_it_yourself_na_comunidade_brasileira_Transpar%C3%AAncia_Hacker.
Acessado em: 07/08/2015.

FONSECA, Virginia Pradelina da Silveira. **Indústria de notícias:** capitalismo e novas tecnologias no jornalismo contemporâneo. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2008.

GUARESCHI, Pedrinho. Alteridade e relação: uma perspectiva crítica. In: ARRUDA, Angela (org.). **Representando a alteridade.** Petrópolis, RJ: Editora Vozes, 1998.

JODELET, Denise. A alteridade como produto e processo psicossocial. In: ARRUDA, Angela (org.). **Representando a alteridade.** Petrópolis, RJ: Editora Vozes, 1998.

JOVCHELOVITCH, Sandra. **Os contextos do saber:** representações, comunidade e cultura. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.

KUCINSKI, Bernardo. **Jornalistas e revolucionários:** nos tempos da imprensa alternativa. São Paulo: Página Aberta, 1991.

KUNCZIK, Michael. **Conceitos de jornalismo:** Norte e Sul. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1997.

LAGO, Cláudia. Ensinamentos antropológicos: a possibilidade do Outro no Jornalismo. **Brazilian Journalism Research**, vol.6, n.1. Sociedade Brasileira de Pesquisa em Jornalismo: 2010.

LIMA, Edvaldo Pereira. **Páginas Ampliadas:** o livro-reportagem como extensão do jornalismo e da literatura. Campinas, SP: Editora da UNICAMP, 1993.

LIMA, Luiz Costa. Comunicação e cultura de massa. In: _____ (org.). **Teoria da cultura de massa.** Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1978.

MARSHALL, Leandro. **O jornalismo na era da publicidade.** São Paulo: Summus, 2003.

MEDINA, Cremilda. **Notícia, um produto à venda:** jornalismo na sociedade urbana e industrial. São Paulo: Summus, 1988.

_____. **Ciência e jornalismo:** da herança positivista ao diálogo dos afetos. São Paulo: Summus, 2008a.

_____. **Entrevista:** o diálogo possível. São Paulo: Editora Ática, 2008b.

MEDITSCH, Eduardo. O jornalismo é uma forma de conhecimento? In: GOBBI, Maria Cristina; HOHLFELDT, Antonio (orgs.). **Teoria da Comunicação:** antologia de pesquisadores brasileiros. Porto Alegre: Sulina, 2004.

MELO, Marques de Melo. A questão da objetividade no jornalismo. **Cadernos Intercom.** Ano 3, v.7, set. 1985.

MORAES, Dênis. Comunicação alternativa, redes virtuais e ativismo: avanços e dilemas. **Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación.** Vol.9, n.2, mai.-ago. 2007.

MORIN, Edgar. **A cabeça bem-feita: repensar a reforma, reformar o pensamento**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2003.

_____. **Introdução ao pensamento complexo**. Porto Alegre: Sulina, 3ª edição, 2007.

MUNIZ, Sodré; FERRARI, Maria Helena. **Técnicas da reportagem: notas sobre a narrativa jornalística**. São Paulo: Summus Editorial, 1986.

ORLANDI, Eni. **Análise de discurso: princípios e procedimentos**. Campinas: Pontes, 2005

PLAISANCE, Patrick Lee. **Ética na comunicação: princípios para uma prática responsável**. Porto Alegre: Artmed, 2011.

RAMONET, Ignacio. **A explosão do jornalismo: das mídias de massa à massa de mídias**. São Paulo: Publisher Brasil, 2012.

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

SODRÉ, Muniz. A abominação do outro. In: GOBBI, Maria Cristina; HOHLFELDT, Antonio (orgs.). **Teoria da Comunicação: antologia de pesquisadores brasileiros**. Porto Alegre: Sulina, 2004.

STRELOW, Aline. Histórias de vida no jornalismo alternativo brasileiro. **Estudos em Comunicação**, v.1, n.7, p.235-248. 2010.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo: porque as notícias são como são**. Florianópolis: Insular, 2004.

TRIVIÑOS, Augusto N. S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação**. São Paulo: Atlas, 1987.

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

VELHO, Gilberto. Observando o familiar. In: NUNES, Edson de Oliveira. **A aventura sociológica: objetividade, paixão, improviso e método na pesquisa social**. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1978.

YIN, Robert K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. Porto Alegre: Bookman, 2010.

WOITOWICZ, Karina. **Recortes da mídia alternativa: histórias e memórias da comunicação no Brasil**. Ponta Grossa: editora UEPG, 2009.

WOLFE, Tom. **Radical Chique e o Novo Jornalismo**. São Paulo: Cia. das Letras, 2005.

ANEXO I

O CD em anexo contém: 1) arquivos PDF das edições da Revista Bastião nas quais foram publicadas as reportagens impressas analisadas; e 2) arquivo com imagens da reportagem analisada publicada *online*.