

O folkjornalismo como prática profissional: um modo de ação na imprensa popular e na imprensa de vanguarda

Beatriz Nordelles e Marcel Martins

Artigo recebido em
19/02/2015

Aprovado em
18/04/2015

Beatris Dornelles

Pontifícia Universidade
Católica do Rio Grande do
Sul – biacpd@puers.br
Professora titular do
Programa de Pós-Graduação
em Comunicação Social da
PUCRS com Pós-Doutorado
pela Universidade Fernando
Pessoa – Porto/Portugal

Marcel Martins

Pontifícia Universidade
Católica do Rio
Grande do Sul –
neves.marcel@gmail.com
Doutorando no PPGCom da
PUCRS. Mestre em Ciências
da Comunicação pela
Universidade do Vale do Rio
dos Sinos – Unisinos

Resumo

No contexto do estudo da comunicação midiática do sentido popular da Copa do Mundo por jornais de Porto Alegre (RS), realizamos um exercício epistemológico sobre a prática do folkjornalismo. Refletimos sobre o padrão normativo do jornalismo impresso, que adjetivamos como convencional; levantamos hipóteses acerca das práticas do jornalismo de vanguarda; consideramos a singularidade do jornalismo popular; e, na esteira do pensamento de Beltrão (2001) sobre as relações entre jornalismo e folkcomunicação, aprofundamos o estudo do folkjornalismo na imprensa escrita. A metodologia constitui-se de pesquisa bibliográfica e documental. O resultado dessa epistemologia do jornalismo como prática profissional é o aprimoramento de nossa compreensão sobre as formas operacionais do campo jornalístico – o que é imprescindível para o desenvolvimento de nossa tese de doutoramento.

Palavras-chave

Comunicação, Folkjornalismo, Imprensa.

Abstract

An epistemological exercise has developed about the folkjournalism practice. The World Cup popular meaning spread out by media in Porto Alegre's society is the context that our work is involved. So the meditation happen through four points: the press journalism standards which we qualify as conventional, the forefront journalism practices, the popular journalism mould and the behavior of folkjournalism inside the written news through Luiz Beltrão developments about the relationships between journalism and folkcommunication. The bibliography and documental researchs have filled the methodology. The sight improved about the journalism ways of field being is the most result of this epistemological exercise that we was supposed to do to develop our doctorate thesis.

Keywords

Communication, Folkjournalism, Press.

A realização da Copa do Mundo em 2014, no Brasil, enseja a possibilidade de estudos no campo da comunicação midiática, especialmente, sobre os processos comunicacionais que ocorrem entre mídias e consumidores interessados no assunto. Com o olhar direcionado à cobertura jornalística do megaevento esportivo, desenvolvemos estudo sobre o agendamento do sentido (caráter) popular da Copa de 2014. Esta preocupação reside no seio da dialética instaurada no universo futebolístico em relação a sua ambição elitista e seu sentido ou caráter popular, desde que esse esporte tomou forma em meados do século XIX, na Inglaterra.

A popularidade mundial do futebol é uma realidade para diversos países, incluindo o Brasil. De certo modo, a imagem do Brasil no exterior, criada a partir dos produtos midiáticos, com destaque especial à televisão, expressa uma identidade cultural híbrida, formada pelo culto à festa (Carnaval), ao corpo (mulher) e ao jogo (futebol). Esta imagem cultural encontra ressonância no imaginário da população brasileira, na medida em que há toda uma construção mitológica sobre esses três símbolos e que revela a identidade nacional. Os ditos populares caminham nesta direção ao reforçarem que o ano no país começa depois do Carnaval, que as mulheres brasileiras são o arquétipo da beleza feminina e que o Brasil é o país do futebol.

O folclore brasileiro emerge no seio dessas manifestações. As reflexões que envolvem o universo futebolístico não se restringem ao jogo de futebol dentro de campo. Elas aparecem, inclusive, no imaginário social acerca das funções e

implicações sociais desse esporte em nosso país, representando um elemento folclórico.

É bem possível que o futebol, assim como o Carnaval, seja um dos poucos lugares-comuns aos brasileiros, em que o folclore nacional se expressa antes por uma união mental do todo do que por traços análogos das partes na conformação do todo. Neste caso, temos como exemplo as músicas típicas a cada região do país, que simbolizam o folclore nacional, através de uma interculturalidade, símbolo da diversidade tupiniquim.

Nossa abordagem sobre o mundo do futebol identifica-o através do folclore, ou seja, pela manifestação de uma cultura popular em sua especificidade. Sendo assim, se o folclore se manifesta e comunica, estamos diante de um fenômeno singular, a saber, a folkcomunicação. O jornalista pernambucano Luiz Beltrão, que no doutorado estudou os agentes e meios populares de informação de fatos e expressões de ideias, relacionou o exercício do jornalismo às práticas folkcomunicacionais. O papel do jornalismo na folkcomunicação se destaca, sobretudo, pela capacidade de mediação desses meios e agentes, tanto no fortalecimento da identidade popular e manutenção de determinada cultura quanto na transmissão de novos saberes e estruturação da sabedoria popular.

Uma das confirmações da pesquisa em folkcomunicação é a existência da folkcomunicação jornalística, isto é, do folkjornalismo (BELTRÃO, 2001). A partir desta indicação, aprofundamos o debate no contexto dos estudos em Jornalismo. A noção, o conceito e as definições encaminhadas por Beltrão (2001) sobre o folkjornalismo solicitam a revisão de teo-

rias relativas aos processos jornalísticos, sobretudo, de construção das notícias e, portanto, de uma metarrealidade singular. O endereçamento de acontecimentos midiáticos e as práticas sensacionalistas também permeiam esta reflexão. Não podemos desconsiderar as questões que envolvem a objetividade jornalística e o mito da transparência, metáfora para a identificação do jornalismo como o lugar em que o mundo é percebido como é, dado o caráter translúcido dessa comunicação, que a tudo deixa ver e ser visto.

Nesse contexto, este artigo foi estruturado em quatro itens. Propomos uma reflexão epistemológica a partir de um conjunto de autores, aos quais recorreremos no intuito de estruturar nossas observações sobre o campo jornalístico e seus processos. No decorrer da pesquisa, refletimos sobre o padrão normativo hegemônico do jornalismo impresso, então adjetivado como convencional, para ação no e sobre o social; levantamos hipóteses acerca das práticas do jornalismo de vanguarda; consideramos a singularidade do jornalismo popular; e, sobre as relações entre jornalismo e folkcomunicação, aprofundamos o estudo relativo ao exercício do folkjornalismo na imprensa.

Jornalismo convencional na imprensa escrita

De um modo geral, a atividade jornalística se configura por reunir características que a diferenciam de outros processos de comunicação. Com o aperfeiçoamento e desenvolvimento de sistemas de difusão da informação junto à disposição de propagação do conhecimento para além dos círculos intelectuais e eclesiásticos, somada à filosofia das luzes do século XVIII (MARCONDES FILHO, 2000),

o jornalismo toma forma¹.

Os pilares que estruturam a prática jornalística e, portanto, caracterizam os jornais modernos, requerem quatro características (KUNCZIK, 2001): publicidade; atualidade (ou seja, informação que se relaciona com o presente e o influencia); universalidade (sem excluir nenhum tema); periodicidade (distribuição regular).

A essas características são incorporados outros princípios, que, reunidos, fundam o reconhecimento social das ações do jornalismo sobre o mundo. A ebulição de jornais na virada do século XVIII para o século XIX e a conversão do modelo político-literário de fazer jornalismo em negócio empresarial, que se consolida por volta de 1875², trazem na bagagem a problemática da objetividade e da transparência jornalística.

O caráter industrial de produção de conteúdos pelo jornalismo, a reboque de estratégias organizacionais voltadas ao lucro, favorece a visibilidade pública das táticas profissionais. A própria organização da informação expressa esse movimento na construção da notícia: a matéria é escrita em formato de pirâmide invertida, com destaque para o lide³.

Inevitavelmente, projeta-se um padrão jornalístico para narração dos fatos e acontecimentos do mundo. Nesse sentido, os estudos sobre a representação da realidade e a construção das notícias, através das mídias, vinculam esse modelo de fazer jornalismo a determinado padrão normativo.

Na imprensa escrita, essa qualidade poderia ser encontrada nos jornais formadores de opinião pública e voltados, principalmente, às classes A e B da população. É nelas que podemos localizar

¹Marcondes Filho (2000) e Pena (2005) consideram que a história do jornalismo divide-se em períodos. O primeiro jornalismo teria se desenvolvido entre 1789 até a primeira metade do século 19. Ainda assim, ambos os autores reconhecem que o embrião do jornalismo foram as gazetas (Itália), as nouvelles à la main (França) e os Zeitungen (Alemanha). Sobre as gazetas, Pena (2005) afirma: “na árvore genealógica dos jornais estão as gazetas, que vêm do italiano gazzette, a moeda utilizada em Veneza no século XVI. Elas eram manuscritas, periódicas e apresentadas em quatro páginas [...]. As notícias eram vinculadas ao interesse mercantil, com informes sobre colheitas, chegada de navios, cotações de produtos e relatos de guerras. Vinham de diversos países. Não traziam títulos, apenas data e local de procedência” (p. 34).

²Datas apresentadas por Marcondes Filho (2000).

³As informações mais relevantes ficam no começo do texto e têm por objetivo resumir a notícia, que se desenvolve do mais ao menos importante.

os líderes de opinião em sua maioria, o que já fora notado por Beltrão (2001). Segundo ele, esses líderes, predispostos ao contato com a grande imprensa, filtravam as informações que chegariam ao conhecimento das camadas marginalizadas da população. Há quem trate desse tipo de jornalismo como jornalismo tradicional, jornalismo de referência ou como jornalismo convencional.

Em sua tese de doutorado sobre os Lugares de fala do leitor no Diário Gaúcho, Amaral (2004) reconhece a existência do jornalismo de referência. É o contraponto que a pesquisadora utiliza na abordagem direcionada ao estudo do jornalismo popular. A autora indica que o jornalismo de referência se constitui no âmbito da imprensa escrita pelos jornais consagrados econômica e politicamente. Amaral (2004, p. 54) entende que os jornais de referência são aqueles “que têm prestígio, são hegemônicos e representam posições sociais e simbólicas privilegiadas no campo jornalístico”.

Em artigo publicado na edição de 17 de agosto de 2013, de Zero Hora, sob o título “A provocação ninja”⁴, o jornalista, mestre em Comunicação Social e professor da PUCRS⁵ Vitor Necchi trata de mídia tradicional e mídia convencional, quando se refere à ideologia hegemônica de se fazer jornalismo na atualidade, em oposição ao jornalismo alternativo proposto pela Mídia Ninja. Assim como não menciona características de práticas jornalísticas hegemônicas, Necchi também não se refere à Mídia Ninja como um jornalismo de vanguarda – no sentido de uma forma revolucionária de abordagem sobre a realidade. Pelo contrário, afirma que este tipo de jornalismo, a saber, alternativo, já fora realizado

em tempos de ditadura militar.

As definições são passíveis de discussão. Jornalismo tradicional, jornalismo de referência, jornalismo convencional: a carga ambivalente pode ser vista em cada proposição conceitual. Ainda assim, privilegiamos o uso da noção de jornalismo convencional, porém, no sentido de que há convenções estabelecidas enquanto cânones norteadores de ações do campo jornalístico. Fundamentalmente, eles atravessam a singularidade de cada dispositivo midiático de comunicação. Por esse fator, não vinculamos o jornalismo convencional estritamente às práticas contidas nas mídias voltadas às camadas privilegiadas da população, ou seja, às classes A e B, ou ainda aos líderes de opinião.

O jornalismo convencional permite a visualização de determinado padrão de produção de conteúdos e agendamento de sentidos pelo campo jornalístico, que transcende a segmentos específicos da grande imprensa. Assim, institui uma forma singular de operação, de acordo com a plataforma (escrita, sonora ou audiovisual) utilizada para inscrição da informação. Nesse sentido, há, portanto, adequações desse padrão jornalístico a cada um dos meios – jornal, revista, rádio, televisão, internet – pelos quais propõe representações do mundo.

Imprensa de vanguarda: a lente sistêmica

Nesse contexto, consideramos o segmento da imprensa direcionado às elites, voltado à formação da opinião pública e, por isso, considerado de maior profundidade no tratamento das temáticas sociais, como o lugar do exercício do jornalismo de vanguarda. O aprimoramento da ob-

⁴No contexto das manifestações populares que tomaram ruas do Brasil em junho, Vitor Necchi analisou as implicações para a imprensa hegemônica pelo modelo de jornalismo alternativo proposto pelo coletivo Narrativas Independentes, *Jornalismo e Ação, que ficou conhecido como Mídia Ninja. Os ninjas produzem conteúdos a partir de câmeras de celular em caráter “ao vivo”, sem edição e desprovidos das técnicas mais refinadas da grande imprensa para representação da realidade.*

⁵Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, localizada em Porto Alegre (RS).

jetividade jornalística na construção da notícia seria sua vocação – no sentido da primazia por um noticiário isento –, discurso contido e reconhecido na classe, inclusive, como fator de identificação e de pertencimento junto à categoria, bem como um modo singular de relacionamento com o real.

Na construção da notícia, a reportagem objetiva é entendida como desapaixonada, sem preconceitos, imparcial, isenta de sentimentalismo, ideologias, interesses corporativos, e conforme a realidade (KUNCZIK, 2001). Alsina (2009) trata da objetividade sob outro aspecto, que não está, necessariamente, em relação de dependência com a forma pela qual o mundo será representado. “Como vemos, aqui não concebemos a objetividade como a enunciação da verdade absoluta, e sim como o esforço para permitir que a notícia recebida possa ser decodificada” (ALSINA, 2009, p. 55).

De todo modo, conforme Marcondes Filho (2000, p. 111), esta ideologia da objetividade jornalística, que significa a “busca da verdade” [destaque do autor], é fruto do anseio pela “representação correta da realidade e influenciada pela filosofia das Luzes”.

Marcondes Filho aponta que o desmontamento da imprensa político-literária (séc. XIX), a crise de ideologias do século XX com a imposição de um novo modelo político e econômico, o término da Modernidade e a emergência de tecnologias de comunicação dão corpo ao mito da transparência, único horizonte possível na imprensa. Segundo o pesquisador, o que importa hoje, em termos de jornalismo, é “ver claramente a realidade, o sentido, isto é: bom é tudo aquilo que é diáfano, translúcido, visível [...]” (MAR-

CONDES FILHO, 2000, p. 112).

A ideologia da transparência institui socialmente o discurso da objetividade jornalística. Desta forma, é “a resposta atualizada do jornalismo aos novos tempos de ‘visibilidade total’” (ibid., idem). A problemática da objetividade jornalística e da busca pela transparência indica apenas uma das formas pelas quais podemos compreender as táticas do jornalismo de vanguarda para aproximação com o público-leitor.

Dois razões justificam nossa aproximação à noção de jornalismo de vanguarda enquanto segmento do jornalismo convencional, acoplado e confundido com determinado padrão hegemônico de construção de notícias e representação da realidade social:

1) O termo vanguarda nos remete à própria história do jornalismo, a qual, desde meados do século XX, instituiu um modo singular de exercício da profissão, e se tornou uma referência tanto para estudos em jornalismo quanto para o próprio campo jornalístico;

2) Falar em jornalismo de vanguarda não significa apenas falar de um segmento que busca incessantemente a confirmação e sustentação de um modelo hegemônico e tido como referencial de jornalismo de excelência. Contudo, remete à própria cobertura jornalística desse segmento da imprensa, voltada aos assuntos que dizem respeito à vida dos sujeitos no contexto de uma ordem sistêmica, afetada por questões econômicas, políticas e culturais que envolvem o conjunto da sociedade.

Caso ficássemos atrelados somente à questão histórica, é bem possível que esse destacamento epistemológico não surtisse efeito, já que poderíamos ape-

nas falar em jornalismo convencional em oposição a outras formas de jornalismo, desconsiderando as transversalidades que instituem um modelo de representação da realidade. Portanto, detemo-nos no segundo aspecto, que incide sobre a noção de jornalismo de vanguarda que conformamos para o estudo e entendimento do folkjornalismo.

Em relação ao acontecimento na mídia, Alsina (2009, p. 139) indica que “o acontecimento jornalístico é toda variação comunicada do ecossistema⁶, através da qual seus sujeitos podem se sentir implicados”. A mídia, enquanto sistema aberto, dialoga com o ecossistema para que possa efetuar a representação da realidade.

O campo jornalístico encontra seu sentido de realização e de legitimidade social porque propõe o diálogo com um mundo que lhe é externo. Entretanto, há variações entre os segmentos da imprensa nas formas de agendamento das conversações sobre o mundo que pautam.

O exercício do jornalismo de vanguarda estaria condicionado ao tratamento das questões sistêmicas do mundo da vida. Deste modo, a cobertura jornalística voltada para esse temário envolveria processos de formação da opinião pública, no sentido da sedução do leitor pelo princípio da racionalidade como forma de conhecimento de causa.

A estratégia inculcaria a possibilidade de envolvimento dos indivíduos com a realidade enquanto membros de uma coletividade condicionada a sistemas (econômicos, políticos e culturais) de ordenamento social. Assim, forneceria mapas de mundo necessários à compreensão do contexto macrosocial, no qual a vida dos sujeitos se insere, e que tem capacidade

de interferências agudas no cotidiano de cada indivíduo.

Por isso, o jornalismo vanguardista, ainda que operado na lógica das comunicações de massa, é dirigido às classes A e B e aos líderes de opinião. Segundo Amaral (2004, p. 55), nesse modelo de jornalismo, citado pela autora como de referência, “a lógica autônoma (mas não a autonomia total) é mais evidente, pois ele é legitimado pela sociedade e presente no imaginário social como uma atividade que relata o cotidiano do mundo”.

A adjetivação “de vanguarda” é proveitosa porque nos permite identificar um tipo de jornalismo que busca o tratamento das questões públicas e sistêmicas, então, na vanguarda dos interesses coletivos, principalmente, no que diz respeito ao desenvolvimento social. Há uma qualidade nessa representação coletiva e social que coloca em evidência a primazia do aspecto social sobre o aspecto individual (ALSINA, 2009). Por isso, fala, sobretudo, com o leitor interessado no mundo público (AMARAL, 2011).

Imprensa popular: a informação pelo “caso do dia”

A construção de notícias e o agendamento midiático dos acontecimentos sociais por parte da imprensa estão envolvidos numa espécie de cartilha, que direciona a seleção do que deve ou não ser noticiado. Traquina (2008) define este mapa como critérios de noticiabilidade: conjunto de valores-notícia que determinam se um acontecimento, ou assunto, é susceptível de se tornar notícia, isto é, de ser julgado como merecedor de ser transformado em matéria noticiável (TRAQUINA, 2008). De acordo com o autor, os valores-notícia incluem como temáti-

“Em “Introdução ao pensamento complexo”, Morin (1990) apresenta definições acerca dos sistemas fechados e sistemas abertos, sendo que os últimos precisam de um ecossistema para funcionar. “Aos sistemas abertos ele os chama também de sistemas auto-organizadores, que têm a característica de serem sistemas complexos, que possuem múltiplos subsistemas e elementos diferenciados e hierarquizados” (ALSINA, 2009, p. 134).

cas a morte, notoriedade, proximidade, relevância, novidade, tempo, notabilidade, inesperado, conflito ou controvérsia, infração, escândalo.

Nesse sentido, Alsina (2009) cita, tendo como referência Böckelmann (1983), regras de atenção nas quais os jornalistas baseiam a seleção dos acontecimentos: referência ao âmbito pessoal, ao pessoal e ao íntimo – onde se inserem as notícias consideradas de interesse humano; sucesso pessoal, prestígio de atores sociais; novidade, modas e novas tendências; o exercício do poder; distinção entre o normal e o anormal; a violência, os acidentes, as catástrofes, os infortúnios; relação de competência e de luta; referência às posses, ao enriquecimento; as crises, suas causas e consequências; o extraordinário, inaudito, exótico.

As indicações de Traquina e Alsina facilitam a localização das práticas do jornalismo popular pelas organizações de comunicação de massa. De fato, as notícias nem sempre tratam de um ou outro aspecto destacado da realidade em sua singularidade, ou seja, há temáticas que estão envolvidas noutras circunstâncias, não se concretizando, portanto, de forma isolada.

A complexidade das relações sociais suscita um amálgama simbólico em que a seleção dos acontecimentos envolve o olhar sobre uma rede de sentidos onde impera o propósito de sua contextualização de acordo com as políticas editoriais de cada veículo de comunicação jornalística.

Não é ilegítimo afirmar que as condições postas por Traquina (2008) e Alsina (2009) estejam contidas nas operações tanto do jornalismo de vanguarda quanto do jornalismo popular. Contudo, a dife-

rença poderia ser percebida pelo efeito de um fato ou acontecimento no mundo da vida, isto é, pela sua capacidade de afetação sobre as coletividades e os indivíduos.

A proximidade e a relevância, enquanto fatores substanciais para o processo jornalístico de distinção de partes da realidade do seu todo para a produção de conteúdos, operariam segundo lógicas consideradas análogas às demandas dos segmentos do público-leitor em potencial. A notícia construída está envolvida nas pretensões de agendamento do mundo do leitor conforme o que se supõe estar de acordo com seu contexto de vida.

Com efeito, o jornalismo popular exercido pela grande imprensa assenta seu temário no que pressupõe ser de interes-

Folkcomunicação pode ser considerada uma prática de comunicação popular

se das camadas populares (classes C, D e E), ainda que com potencial de recepção pela classe B e A. O fato desse conjunto da população, à exceção da classe B, ser destituído historicamente, em sua quase totalidade, de instrumentos políticos e culturais – na esteira da privação econômica – para participação efetiva na construção e manejo de projetos de longo e profundo alcance social, remete suas atenções ao cotidiano, isto é, à porção mais concreta do dia a dia.

Os assuntos de interesse humano, do que passa diante de nossos olhos, do que se realiza no social pela alteridade, catalisam o interesse das massas populares. Segundo Amaral (2011), os setores po-

pulares, muitas vezes, preferem determinado tipo de jornal não simplesmente porque são manipulados ou destituídos de bom gosto, mas porque sua história de exclusão social, econômica e cultural criou determinados gostos e estilos de vida diferentes. O que importa para essa gente é ver um simulacro do seu cotidiano impresso nas páginas do jornal com o qual se identifica. É uma necessidade de participação na história mundana tecida diariamente e que proporciona um mesmo repertório de sentidos para conversação e localização como ser no mundo.

A lógica do jornalismo popular vai, portanto, na contramão da lógica do jornalismo de vanguarda, atento aos acontecimentos que tendem à geração de efeitos públicos e sistêmicos sobre mundo da vida, que “es, por así decirlo, el lugar trascendental en que el hablante y oyente se salen al encuentro; en que pueden plantearse recíprocamente la pretensión de que sus emisiones concuerdan con el mundo [...]” (HABERMAS, 2001, p. 179). Sendo assim,

Os jornais auto-intitulados populares baseiam-se na valorização do cotidiano, da fruição individual, do sentimento e da subjetividade. Os assuntos públicos são muitas vezes ignorados; o mundo é percebido de maneira personalizada e os fatos são singularizados ao extremo. O enfoque sobre grandes temas recai sobre o ângulo subjetivo e pessoal (AMARAL, 2011, p. 57).

O noticiário da imprensa popular está, logicamente, envolvido pelos critérios de noticiabilidade do campo jornalís-

tico. A probabilidade de noticiabilidade do fato aumenta se: possuir capacidade de entretenimento; for próximo geográfica ou culturalmente do leitor; puder ser simplificado; puder ser narrado dramaticamente; tiver identificação dos personagens com os leitores (personalização); for útil. Desse conjunto, a autora destaca o entretenimento, a proximidade e a utilidade como importantes valores-notícia da imprensa popular (AMARAL, 2011).

As características necessárias à seleção do fato pela imprensa popular localizam o olhar do jornalista no contexto das possibilidades de relação do ocorrido com um universo que lhe é exterior, a saber, o mundo do público-leitor. No jornalismo popular, há, ainda, outra singularidade determinante na produção de conteúdos para essa fatia de mercado: a oferta do “caso do dia”. Evidentemente, a tematização do caso do dia não se restringe ao jornalismo popular. Contudo, sua aparição no jornalismo de vanguarda, por exemplo, estaria menos relacionada à questão do espanto do que vinculada às implicações sociais contidas na sua gênese.

Barthes (1971) trata da estrutura do caso do dia, que, como enfatiza, é complexo, tecido numa trama de sentidos. A complexidade reconhecida por Roland Barthes remete-nos à compreensão do caso do dia por dois tipos de relações que o contém: a de causalidade e a de coincidência:

[...] a causalidade do caso do dia é incessantemente submetida à tentação da coincidência, e que, inversamente, a coincidência é aí incessantemente fascinada pela ordem da causalidade. Cau-

salidade aleatória, coincidência ordenada, é na junção destes dois movimentos que se constitui o caso do dia: ambos acabam, com efeito, por recobrir uma zona ambígua onde o acontecimento é plenamente vivido como signo cujo conteúdo é no entanto incerto [grifo do autor] (BARTHES, 1971, p. 275).

Os “casos do dia” também podem ser lidos sob a alcunha de *fait divers*, relatos gratuitos e descontextualizados sobre fatos que irrompem no cotidiano (AMARAL, 2011). O *fait divers*, como gênero jornalístico de apelo popular, desconhece os limites entre as instâncias do público e do privado, propondo uma hibridação de sentidos. Na raiz da seleção dessas notícias pelo jornalismo popular encontra-se sua identificação com o melodrama, produto das formas de sedução das classes marginalizadas da sociedade. O melodrama é associado ao folhetim, que conta com “linguagem acessível, o suspense e os diálogos breves” (AMARAL, 2011, p. 75). Nesse sentido, a imprensa popular é herdeira do folhetim, na medida em que constrói a notícia a partir de conteúdos historicamente aceitos pelo gosto popular.

O folkjornalismo na comunicação de massa

Beltrão (2001) identifica a folkcomunicação como a prática da comunicação popular; “[...] processo de intercâmbio de informações e manifestação de opiniões, ideias e atitudes de massa, através de agentes e meios ligados direta ou indiretamente ao folclore” (BELTRÃO, 2001, p. 79). Nesse contexto, o papel jornalísti-

co atribuído às práticas de folkcomunicação deve-se à sua capacidade de mediação dos conteúdos e ofertas da indústria cultural ou mesmo do conhecimento erudito e especializado, “com o objetivo de difundir conhecimentos e orientar a opinião pública, no sentido de promover o bem comum” (BELTRÃO, 2001, p. 257).

A alusão ao aspecto jornalístico da folkcomunicação emerge pela possibilidade de formação do espírito crítico das classes populares ou mesmo marginalizadas da população. A seu modo, os folhetos, os cantadores, os caixeiros-viajantes, os autos-populares e os folguedos, participam do processo de identificação e reconhecimento desses sujeitos com o mundo. Há, portanto, um fator de localização do “eu” e dos coletivos para sua distinção na realidade social.

Na confirmação de hipóteses lançadas sobre os processos folkcomunicacionais, Beltrão (2001) indica a existência do folkjornalismo, em que percebe uma prática singular de produção de conteúdos, em que o folkjornalista

Não se limita ao acontecimento em si mas também àquelas versões, rumores, ideais que correm sobre ele. Exagera, carrega nas tintas, acrescenta ou reduz a ocorrência, buscando dessa forma melhor sensibilizar seu público. Não se trata porém, de um processo de deformação, mas de um meio de adequar a informação à mentalidade do receptor. É um trabalho jornalístico de paixão, de calor, de integração com o pensamento e as necessidades do público. Daí sua popularidade, a sua aceitação (BELTRÃO, 2001, p. 258).

Somado ao papel jornalístico de mediação na folkcomunicação, em que se destaca a formação crítica da audiência, no exercício do folkjornalismo evidencia-se ainda o fator da forma. O melodrama é incorporado a essa prática, enquanto possibilidade de apelo popular e estratégia para aproximação de veículos informativos, como os folhetos, com o público.

Beltrão (2001) localiza o folkjornalismo em oposição ao modelo de jornalismo que adjetivamos como “de vanguarda”, ao qual o autor se refere como jornalismo convencional. Ao indicar que o jornalismo convencional representa o modelo hegemônico de produção de conteúdos, Luiz Beltrão trata de uma ideologia de representação da realidade. Assim, não leva em consideração a problemática da codificação da informação e construção das notícias no jornalismo impresso dentro de uma plataforma que reúne um conjunto de dispositivos necessários à instituição de um fazer jornalístico em sua singularidade, configurando determinado padrão. Essa oposição entre jornalismo convencional e folkjornalismo remeter-nos-ia a perceber este último pela ótica do jornalismo popular. Assertiva que se torna incompleta.

A posição ideológica hegemônica do jornalismo como prática social, que Luiz Beltrão identifica como jornalismo convencional, é percebida em nossas reflexões pela lente do jornalismo de vanguarda, como destacamos acima. Vemos no jornalismo convencional um padrão normativo do jornalismo impresso que atravessa os segmentos da imprensa, caracterizando suas operações singulares em relação a outras mídias.

Nesse quadro, não percebemos o folkjornalismo enquanto sinônimo de jorna-

lismo popular, embora seja tentadora esta vinculação em razão de formas análogas de apelo aos sentidos dos sujeitos na representação da realidade. O folkjornalismo é o exercício do jornalismo através do folclore, isto é, pela construção das notícias que agendam e têm como conteúdo a cultura popular. Afinal, falar em folclore significa tratar da cultura popular. Desta forma, o folkjornalismo realiza-se tanto no jornalismo de vanguarda quanto no jornalismo popular.

Na imprensa, o folkjornalismo poderia ser percebido em sua excelência através da editoria de esportes. Acreditamos que, do conjunto das editorias e seções dispostas sob rubricas, que indicam a agenda noticiosa, no jornalismo esportivo há a possibilidade de um trabalho mais apaixonado com os sentidos e os significados que se pretende construir. O caráter lúdico e de entretenimento dos esportes estaria refletido no conteúdo dessa editoria.

Em tom crítico, Barbeiro e Rangel (2013) reconhecem a iminência do fator emocional no tratamento das questões esportivas pela imprensa. No entanto, pregam o equilíbrio no exercício do jornalismo esportivo: “A emoção deve estar na dose certa e sempre recheada de isenção. Aliás, isenção é uma meta que deve ser perseguida todos os dias” (BARBEIRO & RANGEL, 2013, p. 46). Nesse sentido, fica reforçada a possibilidade de visualização do folkjornalismo nas práticas do jornalismo de vanguarda. De outra forma, Coelho (2003) lembra que nas crônicas de Nelson Rodrigues e Mário Filho, o tom sensacional, emotivo, melodramático, já podia ser encontrado como componente do jornalismo esportivo.

Uma característica contida no discurso do folkjornalismo esportivo seria a práti-

ca do que Amaral (2011) considera como showrnalismo ou o infoentretenimento, fórmulas de apelo emocional e de fácil assimilação pela audiência, neste caso, o público-leitor. Assim, esses formatos, promovidos, sobretudo, na imprensa popular, também encontrariam espaço de realização na imprensa de vanguarda pelo exercício do folkjornalismo.

O sensacionalismo apareceria sob nova roupagem, não vinculado, necessariamente, ao formato “espreme que sai sangue” (ANGRIMANI, 1994). As representações folclóricas do jornalismo através de símbolos nacionais como o futebol, o carnaval e a mulher brasileira, ensejariam novas modalidades de engendramento do sensacionalismo. Para Pedroso (2001, p. 51), “o jornal sensacionalista opera como um meio de liberação de desejos reprimidos e censurados, permitindo a projeção da culpabilidade do ato, que o leitor realiza na imaginação, sobre as personagens dos acontecimentos”.

Ramos (2012, p. 49) defende que “em maior ou menor grau, a mídia parece ser sensacionalista por natureza. É o agente da interpelação, que busca o reconhecimento do interpelado e a sua consequente submissão”. Assim, defende o autor, a lógica sensacionalista está submetida a uma economia política da comunicação: “À medida que a mensagem se encontra dominada pelo Valor de Troca, transforma-se em mercadoria. Não há como ela abdicar do Sensacionalismo, explícito ou implícito, mas presente” (RAMOS, 2012, p. 50).

Nesse contexto, o folkjornalismo é campo fértil para a promoção do espetacular pela mídia. A possibilidade de uma escrita mais lúbrica, mesmo no jornalismo de vanguarda, e que, portanto, joga

com os sentidos para aproximação com o público, torna-se marca da construção das notícias que agendam os temas próprios à cultura popular, ainda que voltados para a massa.

Considerações finais

O exercício epistemológico proposto visa aparar ambivalências contidas no quadro semântico de estudos em jornalismo. Procuramos a aproximação junto a determinado corpo teórico e conceitual, buscando perceber certa lógica entretida nos encaminhamentos epistemológicos que propomos. Evidentemente, não queremos esgotar as possibilidades do debate em torno dos conceitos e definições elencados para esta meditação. O intuito desta reflexão é, justamente, vislumbrar trilhas um tanto inexploradas para fomentar discussões a respeito dos processos jornalísticos de representação do “real”.

A apropriação da noção de folkjornalismo, por exemplo, é pertinente porque suscita um avanço a partir da teoria pioneira de Luiz Beltrão. Não vemos esgotamento teórico em seus encaminhamentos, porém, justamente por se tratarem de confirmações de hipóteses, abrem campo de estudo a partir de um conhecimento cristalizado, que apresenta pistas para aprofundamento nos estudos comunicacionais, midiáticos e em jornalismo.

Marques de Melo (2008) já enfatizara a abertura do espectro investigativo relativo à folkcomunicação por discípulos de Luiz Beltrão. De acordo com ele, esses estudiosos “ampliaram o raio de observação dos fenômenos folkcomunicacionais, não se limitando a analisar os processos da recodificação popular de mensagens da cultura massiva, mas também rastreando os processos inversos, de natureza

folkmediática” (MARQUES DE MELO, que consideram a apropriação de bens da cultura popular pela indústria cultural, emerge, portanto, a partir das pesquisas voltada às massas.

Referências bibliográficas

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

_____. **Lugares de fala do leitor no diário gaúcho**. Porto Alegre, 2004. 270 f. Tese (Doutorado em Comunicação e Informação). Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, UFRGS, Porto Alegre (RS), 2004.

ANGRIMANI, Danilo. **Espreme que sai sangue: um estudo do Sensacionalismo na imprensa**. São Paulo: Summus, 1994.

BARBEIRO, Heródoto; RANGEL, Patrícia. **Manual do jornalismo esportivo**. São Paulo: Contexto, 2013.

BARTHES, Roland. **Ensaio Críticos**. Lisboa: Edições 70, 1971.

BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação: um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de idéias**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2001.

BÖCKELMANN, F. **Formación y funciones sociales de la opinión pública**. Barcelona: Gustavo Gili, 1983.

CARNEIRO, Edison. **Dinâmica do folclore**. Rio de Janeiro: Editora Civilização Brasileira, 1965.

CHARAUDEAU, Patrick. **Linguagem e discurso: Modos de organização**. São Paulo: Contexto, 2008.

COELHO, Paulo Vinicius. **Jornalismo esportivo**. São Paulo: Contexto, c2003.

GUTERMAN, Marcos. **O futebol explica o Brasil: uma história da maior expressão popular do país**. São Paulo: Contexto, 2010.

KUNCZIK, Michael. **Conceitos de jornalismo: norte e sul: manual de comunicação**. São Paulo: Edusp, 2001.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Comunicação e jornalismo: a saga dos cães perdidos**. São Paulo: Hacker, 2000.

MORIN, Edgar. **Introdução ao pensamento complexo**. Lisboa: Inst. Piaget, 1990.

NECCHI, Vitor. **A provocação ninja**. Zero Hora, Porto Alegre, 17 de agosto de 2013. Cultura, 4-5.

PEDROSO, Rosa Nívea. **A construção do discurso de sedução em um jornal sensacionalista**. São Paulo : Annablume, 2001.

PENA, Felipe. **Teoria do jornalismo**. São Paulo: Contexto, 2005.

RAMOS, Roberto José. **Os sensacionalismos do sensacionalismo: uma leitura dos discursos midiáticos**. Porto Alegre: Sulina, c2012.

RODRIGO ALSINA, Miquel. **A construção da notícia**. Petrópolis: Vozes, 2009.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo: a tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional**. Florianópolis: Insular, 2 ed., 2008.

Estudos em Jornalismo e Mídia está sob a licença Creative Commons 2.5