

# ESCREVENDO A HISTÓRIA POR MEIO DA INFORMAÇÃO EM FORMATO FAST-FOOD. É POSSÍVEL?

Amarildo B. CARNICEL<sup>o</sup>

## RESUMO

No Brasil, os números do IVC (Instituto Verificador de Circulação) mostram que os jornais populares são os responsáveis pelo aumento da circulação diária paga no país - respondem por cinco das dez maiores tiragens aferidas pelo órgão. São veículos que se caracterizam pela utilização de *fait-divers*, termo francês que designa a notícia breve, superficial, sensacionalista, voltada a um público cujo hábito de leitura não está entre suas prioridades. Diante desse cenário, é possível considerar o jornalista como historiador do cotidiano? Como é possível investigar, mostrar posições divergentes, contextualizar, interpretar, expor idéias e formar opiniões fazendo uso desse recurso? Se esses elementos são fundamentais para o trabalho do historiador, páginas de jornais certamente não oferecerão matéria-prima confiável para a construção da história.

---

<sup>o</sup>Professor da Faculdade de Jornalismo (PUC-Campinas), do Labjor (Unicamp) e pesquisador do Centro de Memória (CMU/Unicamp). Jornalista, Doutor em Educação (Unicamp) e Mestre em Multimeios (Unicamp).

**Palavras-chave:** Comunicação; Jornalismo; História; Historiador; Jornal impresso.

### ABSTRACT

*The numbers of the Institute of Circulation Examiner (ICE) show that the newspapers meant for the lower social classes in Brazil are largely responsible for the recent increase of paid daily circulation in the country - they account for five out the 10 biggest printing issue considered by ICE. This kind of media is characterized by what the French call fait-divers, which means a brief, superficial, sensationalist sort of news, meant for those not accustomed to reading. Taking this situation into account, is it possible to consider the journalist as a day to day historian? How is it possible to investigate, to show different sides of the fact, contextualize, interpret, show ideas, shape opinions using such resource? If such elements are fundamental to the historian, news issued in such kind of newspaper will certainly not offer a reliable material for the construction of History.*

**Key words:** Communication; Journalism; History; Historian; Printed Newspaper.

Essa reflexão surge a partir de um questionamento que inquieta jornalistas e pesquisadores da área no mundo ocidental: os jornais impressos podem desaparecer? Se tomarmos como parâmetro o fenômeno que ocorre nos Estados Unidos, onde a circulação de jornais vem caindo sistematicamente há vários anos, a resposta é afirmativa. Se tomarmos o Brasil como parâmetro, onde a circulação, ao contrário da realidade norte-americana, vem crescendo sistematicamente (aumentou 0,8% em 2004; 4,1% em 2005; 6,5% em 2006 e com indicativos de manter a tendência em 2007, conforme levantamentos do Instituto de Verificação de Circulação - IVC), a resposta é negativa, pelo menos em médio prazo. Entretanto, esse cenário deve ser visto com muita cautela e com boa dose de preocupação. Isso porque, no Brasil, o crescimento de circulação

Escrevendo a história por meio da informação em formato...

que vem alavancando esses números não é registrado em grandes jornais formadores de opinião, como *Folha de S. Paulo*, *O Estado de S. Paulo* e *O Globo*, publicações que mostram números em queda ou com aumento discreto. Esse crescimento se dá no segmento de jornais populares que representam 50% dos dez veículos impressos mais vendidos no Brasil.

Os números do IVC mostram que o jornal com maior tiragem no Brasil em agosto de 2007 foi o popular *Super Notícia*, sediado em Belo Horizonte, Minas Gerais. Com o aumento de 101% registrado no período de agosto de 2006 a agosto de 2007, o veículo superou a circulação paga (vendas em bancas e assinaturas) da *Folha de S. Paulo*: o *Super Notícia* apresentou tiragem média diária de 300.322 exemplares (em 2006, registrou 149.687) contra uma tiragem de 299.010 registrada pelo jornal paulista, que amargou no período uma queda 6% (em 2006, atingiu a marca de 317.669). No ranking do IVC, *O Globo* (RJ) ficou com a terceira posição (queda de 1%: de 278.487 para 276.733), o *Extra* (RJ) ocupou a quarta posição (queda de 1%: diminuiu de 240.747 para 238.937). *O Estado de S. Paulo*, com aumento de 4%, ocupou a quinta posição (a tiragem subiu de 230.029 para 238.756). O popular *Meia Hora* (RJ) é outro que registrou aumento significativo: 49% (subiu de 145.530 para 216.602). O *Zero Hora*, de Porto Alegre (RS), foi o sétimo no ranking e registrou um aumento de 2% (subiu de 173.299 para 177.202). O popular *Diário Gaúcho* (RS) registrou aumento de 1% e ficou em oitavo lugar (subiu de 152.453 para 154.044). *O Correio do Povo*, também do Rio Grande do Sul, ocupou a nona posição e apresentou pequena queda de 1% (caiu de 155.612 para 153.432). E finalmente, o décimo colocado, o popular *O Dia* (RJ), com aumento de 3% (subiu de 113.157 para 116.645).

Mais que reveladores, esses números são indicadores de fortalecimento de uma modalidade de mídia que segue na contramão da idéia de que o jornal deve ser instrumento de educação e de formador de opinião. Esse tipo de mídia caracteriza-se, entre outras qualidades, pela utilização de *fait-divers*, “termo francês que designa a notícia do dia (crimes, roubos, acontecimentos extraordinários)” (ANGRIMANI, 1995, p. 11). Em seu livro *Espreme que Sai Sangue*, o autor lembra que o *fait-divers* caracteriza-se por uma “carga suficiente de interesse humano,

curiosidade, fantasia, impacto, raridade, humor, espetáculo, para causar uma tênue sensação de algo vivido no crime, no sexo e na morte” (idem, p. 26). Rabaça e Barbosa (2002, p. 296) apresentam a seguinte definição para a expressão:

*Diz-se de notícia que desperta interesse do leitor por implicar rompimento insólito ou extraordinário do curso cotidiano dos acontecimentos. Assim, o crime passional, a briga de rua, o atropelamento, o assalto são fait-divers, narrativas típicas do jornalismo sensacionalista e popularesco. [...] é fait-divers o acontecimento caracterizado pela perturbação de uma causa (p. ex.: médico assassina moça com o estetoscópio) ou pela anomalia do acaso (ganhou na loteria quarenta vezes). O fait-divers converte-se, a partir daí, numa verdadeira ‘grade’ de sentidos, através da qual o discurso jornalístico maneja uma certa idéia de destino.*

De maneira geral, os veículos populares são marcados por algumas peculiaridades. A maioria não apresenta editorial e caminha na contramão do objetivo que rege a maioria dos jornais do país: o de formador de opinião. Seu foco é outro: formar leitores. Para isso adota a estratégia de publicar textos com uma estrutura quase radiofônica, dotadas de linguagem praticamente oral. Não raro, as notícias são curtas, a maioria extraída de texto mais completo publicado em veículos de notícias mais reservados. Buscamos no idioma inglês a expressão *fast-food* (refeição rápida, lanche) para melhor compreender o fenômeno. As informações transmitidas pelos jornais populares são rasas, espetaculares, descontextualizadas, dosadas de dramaticidade e que, por conta disso, devem ser consumidas rapidamente. São informações, pela sua maneira de apresentação (tanto em conteúdo quanto em forma), que se tornam perecíveis. A apreensão, por parte do público a que destina, é quase inexistente - trata-se de um produto descartável que logo será substituído por outro que também, não raro, terá vida curta.

Essa formatação de linguagem, que ganha em dramaticidade pela apresentação visual apelativa, acirra um debate que divide os profissionais da informação: seria o jornalista um historiador do cotidiano? Como imprimir ao profissional esse rótulo considerando que suas produções (entrevistas, reportagens etc.) mostram-se cada vez mais curtas, mais superficiais, niveladas por um público cujo hábito de leitura não está entre

suas prioridades? Se o desempenho do profissional do jornalismo deve ser pautado pela responsabilidade social que possui na construção da história, como fazê-lo produzindo textos mais próximos da oralidade do que da escrita (algo supostamente mais denso, profundo)? A notícia, cada vez mais perecível, não estaria pondo definitivamente uma pedra sobre essa discussão, legitimando o ponto de vista daqueles que afirmam que o jornalista não passa de um mero observador da história e que compete a ele apenas noticiar os fatos ou, no máximo, oferecer dados para o trabalho do historiador?

Ilustro essa reflexão apresentando pequeno conto das *Histórias de Cronópios e Famas*, do escritor argentino Julio Cortázar exemplificado por Nilson Lage em seu livro *Linguagem Jornalística*, publicado em 1997. Nessa passagem, Lage (1997, p. 8) aborda a condição perecível ou não da informação que ilustra a contingência do jornal moderno. O conto relata:

*O caso de um homem que comprou seu matutino predileto e o folheou no banco da praça, até perceber que, milagrosamente, ele se transformara em um maço de papel. Deixou-o sobre o banco e ali, tão logo, um transeunte pôs-lhe os olhos em cima, o maço de papel, por milagre, voltou a ser jornal. E assim aconteceu por várias vezes, até o fim do dia, quando o último personagem da história olhou o maço de papel e, distraído, o pôs de lado, porque a metamorfose não mais ocorria e o jornal estava definitivamente condenado a ser um rele maço de papel.*

O maço de papel - produto da metamorfose pela qual passou o matutino ao longo do dia - poderá ainda 'metamorfosar-se' em algumas finalidades: embrulhar peixe ou ser arquivado para futuras consultas. A quem cabe essa decisão, apenas ao leitor? Todo jornal deve passar, obrigatoriamente, por essa metamorfose, e ser descartado ou deverá ser guardado (ou pelo menos parte dele) como documento, como registro de um fato que ajuda a compor um mosaico para contar a história de uma localidade, de uma cidade, de um país? Uma resposta simples a essa questão é: depende do conteúdo do jornal e do grau de instrução e de interesse do leitor que teve acesso a essas informações. É igualmente simples - e porque não óbvio - afirmar que um conteúdo mais denso, com informações bem apuradas, interpretadas e contextualizadas, tem

maior chance de ficar para a história, de despertar interesse em alguns dos milhares de leitores de um determinado matutino.

Por outro lado, esse matutino mais denso, com informações detalhadas e confiáveis, que contemple análise, informação, interpretação e opinião está cada vez mais raro, seja no Brasil ou em outras partes do mundo ocidental. Vivemos um momento marcado pelo excesso de informação que segue na contramão do tempo que as pessoas dispõem para se informar. Ou seja, se por um lado o tempo está cada vez mais curto, a quantidade de informação está cada vez mais volumosa, o que nos provoca certa anestesia de sentidos. Não há como apreender o excesso de mensagens.

Essa nova ordem no sistema de informação acaba por deixar apreensivos profissionais de alguns veículos de mídia impressa, publicações que por meio de notícias sérias, fundamentadas e bem apuradas já 'elegeram' e 'derrubaram' presidentes. Novas formas de comunicação, entre elas a internet, tornam velhas e desinteressantes as notícias publicadas nos jornais do dia seguinte. O que resta à mídia impressa para que sobreviva a partir dessa reengenharia do mercado de comunicação? Em unísono a resposta que mais se houve, seja entre os empresários do setor, seja entre os pesquisadores que buscam compreender esse fenômeno, é a necessidade de uma readaptação do setor que acabe por se configurar na busca de públicos diferenciados.

Entretanto, essa busca pela sobrevivência, é uma faca de dois gumes: pode ganhar os contornos de uma mídia densa, contextualizada, de análise, de interpretação que venha a enriquecer e explicar os fatos noticiados de maneira breve por veículos como rádio, TV e internet; pode, também, seguir o caminho oposto, reproduzindo no suporte papel, de maneira rasa, breve, espetacular, sensacionalista e até irresponsável aquilo que foi notícia no dia anterior. Esse modo de veiculação, marcado pela produção de jornais populares, busca estampar, nas páginas impressas, o conteúdo de outras mídias.

Meyer (2007) afirma que, na busca pela sobrevivência, algumas empresas jornalísticas dos Estados Unidos, que registram uma queda sistemática de circulação paga, estão lançando novos produtos ou

reorganizando os projetos gráficos e editoriais de veículos existentes:

*O jornal de circulação nacional US Today foi uma resposta a esse problema. Seu projeto original permitia que os leitores examinassem o jornal rapidamente e avaliassem um grande número de pequenos artigos. Na maioria dos casos, a reportagem breve era suficiente. Um leitor poderia sentir a necessidade de se aprofundar em outras fontes, mas o jornal havia realizado o serviço de alertá-lo (MEYER, 2007, p. 19).*

Isso denota que o modo mais crítico, mais profundo de publicação da notícia, perde campo para a mídia popular, que reproduz o que a internet já publicou, o que o rádio já noticiou e o que a televisão já apresentou. A informação jornalística mais densa - hoje presente em algumas editoriais nos principais jornais brasileiros, como a *Folha de S. Paulo* (que utilizou recentemente como estratégia de marketing o anúncio de que o jornal, a partir do redesenho gráfico, sem abrir mão de textos longos e analíticos, poderia ser lido em 30 minutos), *O Estado de S. Paulo*, *O Globo* e em revistas semanais como *Veja*, *Isto É* e *Carta Capital* - está cedendo lugar a veículos de leitura rápida, conforme verificamos por meio da significativa tiragem de jornais populares como o *Super Notícia*, em Minas Gerais e o *Extra* e o *Meia Hora* no Rio de Janeiro. Isso denota que entre veicular o que é de interesse público e interesse do público, a segunda alternativa é a que vem se configurando de maneira mais explícita.

Esse fenômeno deve ser analisado no cenário que tomou conta do mercado de mídia impressa no país em que grandes redes de comunicação, na busca por leitores distribuídos em diferentes escalas sociais, publicam títulos (ou jornais) diferentes, destinados aos que têm hábito de leitura e aos que não se dão o trabalho de ultrapassar o segundo parágrafo do texto. De norte a sul do país, o fenômeno é o mesmo, independentemente da localização da empresa publicadora ou da condição sócio-econômica-cultural do leitor. Na região sul, por exemplo, a RBS publica no Rio Grande do Sul o *Zero Hora* e o popular *Diário Gaúcho*. Na região sudeste, em São Paulo, o Grupo Folha, além da *Folha de S. Paulo*, publica o *Agora São Paulo* e o Grupo Estado produz *O Estado de S. Paulo* e *Jornal da Tarde* (vale lembrar que ambos os grupos não reconhecem o *Agora São Paulo* e o *Jornal da Tarde* como veículos populares - preferem

situá-los entre as publicações em busca de perfil. No Rio de Janeiro, o Infoglobo elabora *O Globo* e o popular *Extra*. Na região nordeste, mais especificamente no estado do Ceará, a empresa responsável pela publicação do *Diário do Nordeste* elabora o popular *Jornal da Rua*. Esse fenômeno não é exclusivo de empresas sediadas em capitais. Em Campinas, interior de São Paulo, a Rede Anhanguera de Comunicação-RAC, (responsável pela publicação dos jornais *Correio Popular* e *Diário do Povo*) edita desde abril de 2007 o popular *Notícia Já*, um veículo cujo foco é atingir leitores das classes D e E.

Para ilustrar esse fenômeno, apresentamos recortes feitos em publicações de dois grandes grupos de comunicação, um em São Paulo (Grupo Estado) e outro em Campinas (RAC). Normalmente, os conteúdos ganham formas diferentes. É o que se observa em três publicações da RAC veiculadas no dia 21 de abril de 2007 sobre a ação de pichadores em fachadas de edifícios históricos. O veículo mais reservado da rede, *Correio Popular*, abre com a seguinte manchete “Outro prédio histórico é atacado por pichadores”; o *Diário do Povo*, publicação que ainda não encontrou seu perfil desde o surgimento do *Notícia Já*, estampa o título em caixa alta na cor azul: “FALTA de RESPEITO”; e o popular *Notícia Já* limita-se a dar uma nota com o título “Prédio histórico é pichado”. O que se percebe, sem grande esforço, é que o texto aplicado nas três publicações é o mesmo, porém apresentado de maneiras diferentes. Frases e parágrafos trocados e discursos invertidos revelam que o texto é literalmente ‘cozinhado’, passa por transformações e mutilações a partir de um mesmo original. É a estratégia encontrada pelas empresas com o claro objetivo de baratear custos e ampliar mercado, conforme assinala Oliveira (2003, p. 144):

*Nas edições especiais sobre os atentados do dia 11 de setembro de 2001, nos Estados Unidos [...] o Extra e O Globo publicaram quase na totalidade os mesmos textos, diversificando apenas os títulos e a diagramação, o que nos faz supor que no caso do agravamento da crise financeira as empresas utilizariam uma mesma equipe para fazer dois produtos diferentes.*

Basta fazer uma observação mais atenta para perceber que a afirmação não é mera suposição - é fato. Conforme exemplificamos, o que

muda é o tom do título da matéria e a disposição gráfica dos elementos na página: cada qual adequado ao seu público. Ao analisar a edição de 17 de julho de 2006 dos jornais *O Estado de S. Paulo* e *Jornal da Tarde* (ambos do Grupo Estado), percebe-se que não houve por parte do editor a preocupação de ‘cozinhar’ o texto que se repete literalmente nas duas versões (na reservada e na popular, ou aquela que busca seu perfil). Trata-se de uma edição de segunda-feira que noticia, entre outros assuntos, a vitória do Palmeiras sobre o Corinthians que teve como destaque a atuação do jogador Edmundo. *O Estado de S. Paulo* estampou: “Edmundo: ‘a alegria voltou!’” com a seguinte linha-fina: “Atacante deu bronca nos companheiros, no intervalo. Depois admitiu: ‘esse é o Palmeiras que a gente quer’”. *O Jornal da Tarde*, de maneira mais apelativa, apresenta a seguinte manchete: “Ele é Animal”, seguido da seguinte linha-fina: “Edmundo dá bronca, time acorda e Verdão bate o Timão”.

Nessa pequena amostragem, percebemos que há por parte das empresas o nítido interesse de produzir mais por menos, usando a mesma engrenagem para elaborar produtos ‘diferentes’, conforme vimos nos exemplos do Grupo Estado e da RAC. O processo tem início com o repórter e o fotógrafo que saem a campo em busca de dados para compor a matéria. Ou seja, eles fornecem as informações (conteúdo) que ganharão tratamento diferenciado (forma) dependendo do público a que se destinam. No processo de produção de um veículo popular e de um jornal de grande circulação, os personagens que geralmente se alternam, ainda na redação, são o editor de arte, o editor de área, o editor de fotografia e o paginador. Ao editor de arte compete definir as diretrizes para a diagramação seguindo o projeto gráfico do veículo. Ao editor de área cabe produzir um título com linguagem que se aproxima mais da grande massa. Ao editor de fotografia cabe decidir pela ‘explosão’ das fotos como também salientar detalhes que resvalam na apelação. Ao paginador, compete executar a orientação vinda dos editores. Daí em diante, os processos de produção dos dois jornais encontram-se novamente, seja na etapa de impressão ou de distribuição, configurando o enxugamento da equipe, seja no que diz respeito ao trabalho intelectual, seja na questão técnica ou de logística.

A partir dessa pequena, porém significativa, amostra do cenário da mídia impressa no país, em que o enxugamento das redações e a produção

de textos cada vez mais curtos vêm predominando no mercado de mídia impressa, retomamos a velha discussão: o jornalista é ou não o historiador do cotidiano? Seria ele, nessas condições de trabalho e com produção dessa natureza, mais um agente responsável pela construção, pela escritura da história?

Para responder a essa questão procuramos buscar alguns conceitos que nos permitem compreender melhor não apenas o termo 'história', mas também como se dá seu processo de produção, quais técnicas, métodos, procedimentos e cuidados devem ser observados para que um determinado assunto atinja o status de 'história'. *A Enciclopédia Barsa* (1997) aponta que o termo, desde a antiga Grécia, significa pesquisa, investigação e informação, não por acaso, elementos fundamentais para a produção do conteúdo jornalístico. Diz o verbete:

*A História é considerada por alguns como sendo uma ciência e por outros uma arte, mas na realidade possui esse duplo aspecto. [...] Como ciência teve progressão que lhe é própria, atingindo, como ocorre com todo trabalho científico em nossa época, um plano de relevo, e assim foi reconhecida como uma matéria definida. Graças aos resultados de suas pesquisas pacientes traçou-se o perfil quase completo de nossa evolução. Imparcial, valendo-se de documentos, acumulando provas, assinalando a falsidade onde quer que se encontre, reconstrói prudentemente o mosaico desfeito do passado, para cumprir a exigência do espírito científico: encontrar a verdade e expô-la. (1997, p. 324)*

A *Enciclopédia Larousse Cultural* (1998) descreve que o termo, até o início do século passado, era alimentado pela descrição de fatos que marcaram momentos históricos e políticos, sem deixar de lado, contudo, o viés científico. Mais uma vez, notamos aí elementos fundamentais para a prática do jornalismo sério, seja ele informativo ou interpretativo, quando é mencionada a necessidade de análise de verificação da autenticidade de documentos, bem como o indispensável trabalho comparativo de textos - leia-se no jornalismo o trabalho com as fontes de informação, sejam diretas, indiretas ou complementares. Diz o verbete:

*Até o início do séc. XX, a história se confundiu, no essencial, com a descrição dos acontecimentos, dos fatos: história das guerras, das*

Escrevendo a história por meio da informação em formato...

*revoluções, dos reinados, dos regimes políticos, dos governos. Embora se voltasse muito freqüentemente para o episódico, essa história factual não estava desprovida de preocupações científicas. Nos rastros do racionalismo científico do séc. XX, o historiador privilegiou o cuidado com o documento, sua autenticidade e seu valor intrínseco. Submeter certos textos à análise comparativa, outros à crítica filológica, foi a regra que norteou a elaboração de obras históricas que se tornaram, com o 'rótulo' acadêmico ou universitário, material de referência para gerações de eruditos ou de estudantes. (1998, p. 2.295)*

A historiadora Vavy Pacheco Borges, em seu trabalho *O que é História* (1993), ao definir o termo e discorrer sobre as técnicas e sobre o cuidado que deve ter o historiador em seu trabalho de produção da história, estabelece uma relação com o trabalho jornalístico, entretanto, nem cogita em apontar o jornalista como o 'historiador do cotidiano'. Borges (1993, p. 11) afirma: "História é uma palavra de origem grega, que significa investigação, informação." Ao remeter-se a Marx e Engels, define história como um processo contínuo, cheio de interesse e de contradições por parte dos atores-personagens de um momento da história, e por conta disso, um conhecimento que ao mesmo tempo em que é gerado passa por enormes transformações:

*Para Marx e Engels, a história é um processo dinâmico, dialético, no qual cada realidade social traz dentro de si o princípio de sua própria contradição, o que gera a transformação constante na história. A realidade não é estática, mas dialética, ou seja, está em transformação pelas suas contradições internas. No processo histórico, essas contradições são geradas pela luta entre as diferentes classes sociais. Ao chamar a atenção para a sociedade como um todo, para sua organização em classes, para o condicionamento dos indivíduos à classe a que pertencem, esses autores também exercem uma influência decisiva nas formas posteriores de se escrever a história. (IDEM, p. 37-38).*

Ø que o jornalista faz - e não estamos nos referindo ao profissional que escreve para jornais populares, portanto, com conteúdo, com a profundidade de um pires - é, não raro, escrever sobre o presente. É relatar fatos que fazem o dia-a-dia de uma nação, seja do ponto de vista econômico, político, social, cultural, comportamental e até histórico. É

trazer à tona fatos importantes que são relatados obedecendo a uma ordem temporal desumana (àquela do fechamento de uma redação de jornal), que, se não permite - pelo menos dificulta - a realização de um trabalho minucioso que atenda à escala de tempo que rege o trabalho do historiador. Nesse sentido afirma Borges:

*Os fatos devem ser trabalhados pelo historiador de forma cuidadosa, conforme os métodos mais recentes e aplicáveis ao seu objeto de estudo. Infelizmente, a pesquisa do historiador, como a do detetive, toma muito tempo e deve ser, sobretudo, muito crítica e cautelosa; é preciso que nos lembremos sempre que a pressa é a grande inimiga do trabalho intelectual. (IDEM, p. 62)*

Não estamos nesse momento levando em consideração o trabalho historiográfico de jornalistas que vêm se firmando e se notabilizando como biógrafos, como Fernando Morais, com trabalhos do porte de *Olga e Chatô - o Rei do Brasil* ou Ruy Castro, com *Chega de Saudade*, que apresenta a história do movimento e dos personagens que fizeram a Bossa Nova. São trabalhos de fôlego, de muita pesquisa, de investigação rigorosa, feitos por equipes de profissionais, muitos dos quais historiadores. Trabalhos, portanto, que não se enquadram no ritmo acelerado que caracteriza o fechamento de uma edição em redação de jornal.

Devemos lembrar que o jornal sempre foi - e continua sendo - um dos instrumentos utilizados pelo historiador para a construção da história. Entretanto, um aspecto que dificulta o trabalho do pesquisador quando tem o jornal como uma de suas fontes de pesquisa é a certeza - por parte das empresas publicadoras de veículos impressos e também de qualquer outra modalidade de mídia - da falta de neutralidade, de isenção, da objetividade que deveria reger o bom trabalho jornalístico. O historiador, ou qualquer outro leitor mais crítico, sabe que no jornalismo a imparcialidade é um mito, conforme aponta Lustosa (1996, p. 21):

*Apesar do propósito e do compromisso de alguns jornalistas, a imparcialidade e a impessoalidade jamais ocorreram efetivamente no jornalismo. [...] A notícia é, pois, uma versão de um fenômeno social, não a tradução objetiva, imparcial e descomprometida de um fato. Qualquer redator ou relator de um fato é parcial, inclusive ao escolher o melhor*

Escrevendo a história por meio da informação em formato...

*ângulo para descrevê-lo, como se recomenda nas redações. É aí que observamos a discrepância entre o discurso dos profissionais de imprensa e, principalmente, dos veículos, e o resultado final de seu trabalho.*

Assim, o material produzido pelos jornalistas (principalmente da mídia escrita), embora ofereça dados importantes para o historiador, deve ser trabalhado com muito cuidado por aquele que é o responsável pela produção da história, principalmente porque, como já foi mencionado, as empresas jornalísticas têm seus interesses (políticos, ideológicos, econômicos etc.) e isso, de forma velada ou explícita, é percebida nas páginas de suas publicações. Tanto é que os historiadores positivistas, em busca da verdade absoluta, desconsideram o jornal como um documento válido, confiável. Um fato, simplesmente por ter sido publicado pelos jornais, não deve ser legitimado, afinal, a subjetividade e a interpretação estão sempre implícitas nesse registro.

Portanto, a partir do quadro apresentado (que mostra o crescimento da mídia popular e dos pressupostos para a construção da história) retomamos a questão que norteia essa reflexão: “É possível escrever a história por meio da informação no formato *fast-food*?” Se persistir esse jornalismo que se utiliza de *fait-divers* como opção de fonte de informação para as classes menos favorecidas, a resposta é negativa - coloca-se de vez uma pá de cal sobre o assunto. Afinal, como é possível investigar, pesquisar, organizar, mostrar pontos e posições divergentes, interpretar, expor idéias e formar opiniões por meio de textos breves, superficiais, sensacionalistas, que resvalam ao pieguismo? O crescimento da mídia popular e sua conseqüente influência mostram que o leitor quer notícias curtas, mesmo que não respondam às perguntas básicas de um texto informativo factual, aquelas que conduzem a construção do *lead* (o quê, quem, quando, onde, como e por quê). Esse cenário mostra que enquanto tivermos milhões de brasileiros desplugados da rede mundial de computadores, a proposta das empresas (os números apresentados nesse artigo ratificam o fenômeno) é fazer a transposição do material noticioso da internet para o suporte papel.

É possível afirmar que aquilo que o jornalista presencia e divulga hoje (com seriedade, com esmero na apuração dos fatos) poderá ser

matéria-prima de livros de história num futuro não muito distante. Aí, sim, podemos considerar que o material produzido pelo jornalista hoje será elemento de análise e de investigação que poderá ser usado para a construção da história. Assim, podemos concluir que o jornalismo é mais uma área do conhecimento que vem se aproximando cada vez mais da história (como a sociologia, a geografia, a psicologia, a medicina, a geografia, a demografia, a geologia etc.). Esse conteúdo interdisciplinar oferece pistas, elementos para a análise, interpretação, checagem e certificação para auxiliar no trabalho de historiadores. O produto jornalístico pode se constituir em registro, em documento, em diagnóstico do presente. Pode, finalmente, auxiliar no delineamento de ações. Entretanto, não vai muito além disso, ainda mais nesse modelo raso que caracteriza as publicações populares que hoje representam pouco menos da metade do mercado da mídia impressa do país.

## REFERÊNCIAS

### Livros:

- ANGRIMANI, D. *Espreme que Sai Sangue - Um Estudo do Sensacionalismo na Imprensa*. São Paulo: Summus, 1995.
- BORGES, V. P. *O que é História*. São Paulo: Brasiliense, 1993.
- LAGE, N. *Linguagem Jornalística*. São Paulo: Ática, 1997.
- LUSTOSA, E. *O Texto da Notícia*. Brasília: Universidade de Brasília, 1996.
- MEYER, P. *Os Jornais Podem Desaparecer? - Como Salvar o Jornalismo na Era da Informação*. São Paulo: Contexto, 2007.
- OLIVEIRA, P. "Proposta de produção de jornais populares". In: *Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*. São Paulo: Intercom, vol. XXVI, num. 2, julho/dezembro, 2003.
- RABAÇA, C. A.; BARBOSA, G. G. *Dicionário de Comunicação*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2002.

Escrevendo a história por meio da informação em formato...

**Outras fontes:**

*Enciclopédia Barsa.* São Paulo/Rio de Janeiro: Encyclopaedia Britannica Editora Ltda., 1997.

*Grande Enciclopédia Larousse Cultural.* São Paulo/Rio de Janeiro: Larousse/Nova Cultural, 1998.