

SAINDO DO ANONIMATO¹

Francilene de Oliveira Silva²

Resumo

Este estudo é parte de minha dissertação de mestrado que investiga a presença e a importância do “anônimo” e do cotidiano para a história e para o jornalismo brasileiro, no sentido de democratização de vozes que propicia um melhor entendimento da realidade social do momento abordado. Há uma tentativa de definição onde o termo “anônimo” é substituído por “protagonista do cotidiano”. A importância dada ao protagonista do cotidiano é pequena, segundo entendo, mas o mesmo pode ser identificado “dentro” e “fora” do jornalismo mostrando que todo ser humano, independente de profissão, renda, cor ou classe social tem uma boa história para contar.

1. Por uma nova definição de “anônimo”

Anonimato. Essa palavra é estranha. Ao pé da letra quer dizer ‘aquele que não tem nome’. Mas todo mundo tem um nome e uma história. Dentro do jornalismo, convencionou-se chamar àqueles que não são famosos, nem celebridades. Como sinônimo, também se usa a expressão “pessoa comum”, que quer dizer, “uma pessoa como qualquer outra”. Mas não é assim com todo mundo? O humanista Michel de Montaigne (2002), ainda no século XIV, disse, “[...] *é possível achar toda a filosofia moral numa vida popular e privada tanto quanto numa vida feita de matéria mais rica: cada homem leva em si a forma inteira da condição humana*”.

Quando se mergulha com profundidade na vida cotidiana prova-se que não há vidas comuns, que todos os sujeitos são extraordinários e únicos em seus destinos. Joseph Campbell (1999) chegou a fazer uma estrutura dramática, e clássica, de como os protagonistas lidam com suas aventuras do dia-a-dia (claro que esta é

1 Este artigo é parte do 2º capítulo de minha dissertação de Mestrado “Protagonistas do Cotidiano na revista piauí”.

2 Mestre em Comunicação Social pela UMESP e especialista em Jornalismo Literário pela ABJL.

apenas uma estrutura de Campbell): o protagonista é chamado à aventura, inicialmente recusa, encontra seu mentor e acaba aceitando o convite, então viaja a um mundo especial, recebe a chave, ultrapassa um portal, enfrenta provas, conhece inimigos e aliados, desobedece o mentor, enfrenta o antagonista, triunfa e regressa, transformado, ao mundo normal para dividir com seus pares os frutos e descobertas de suas aventuras. Essa é uma estrutura vista como “natural” e “orgânica”, o que me leva a crer que todas as pessoas têm uma boa história para contar.

O anônimo entra em oposição à celebridade e ao famoso e “comum” ao “incomum”. Ele está presente numa modalidade de jornalismo, o Literário.

A definição de Jornalismo Literário vem ao encontro à definição da Academia Brasileira de Educação e Jornalismo Literário (ABJL):

O Jornalismo Literário (JL) é a modalidade de expressão do real centrada no ser humano. A pessoa – como indivíduo e como integrante de grupos sociais – é o cerne, a razão de ser, o compromisso do jornalista – autor que propõe esse tipo de matéria. Daí a humanização (humanismo) como um dos alicerces para a Literatura da Realidade³.

Além dessa definição, neste trabalho, amplio o conceito de Jornalismo Literário para que ele possa, de fato, refletir e compreender a realidade, não apenas relatar fatos.

O Jornalismo Literário é uma prática que busca o desenvolvimento, a contextualização e a compreensão da realidade. Este jornalismo tem a função de interpretar o mundo não apenas olhando os pontos específicos, mas fazendo as relações necessárias.

No Jornalismo Literário a maioria dos protagonistas são pessoas desconhecidas da grande mídia onde é frequente ler matérias sobre porteiros, prostitutas, varredores de rua, comerciantes, etc. Mas por que essa escolha se dá? Muitos jornalistas literários não sabem responder essa questão. Ou acreditam que, dessa forma, estão sendo bem intencionados. Ao rechaçar a ideia de celebritismo, trabalham com as pessoas que estão, no que acreditam, no lado oposto, os que consideram “anônimos”. Agindo dessa maneira, não percebem que cometem o maior dos pecados, pois estão “escondendo” sob palavras rebuscadas o maior dos preconceitos. A defesa na escolha de um tema ou protagonista para uma matéria deve ser jornalística. O que o jornalista tem que se perguntar é: “*O que esta pessoa tem para falar de importante?*”. O profissional deve escrever sob o ponto de vista da humanização e, sob ele, todos os humanos têm chance, independente de

3 Citado por Sérgio Vilas Boas (2008) - Trecho de informe geral aos alunos do curso de pós-graduação em Jornalismo Literário da ABJL, enviado em 7.4.2006.

sua profissão, renda, cor ou classe social. O ser humano é ser humano independente se está ou não sob os holofotes da mídia.

Os termos “anonimato”, “pessoa comum”, “pessoa desconhecida”, portanto, não fazem sentido do ponto de vista teórico e trazem consigo uma carga pejorativa desnecessária. Como afirma Joseph Campbell:

Não creio que exista isso de ‘simples mortal’. Cada um de nós tem a possibilidade do êxtase em sua experiência de vida. O que é preciso fazer é reconhecê-lo, cultivá-lo e seguir em frente. Sempre me sinto incomodado quando as pessoas falam em ‘simples mortais’, porque jamais conheci um homem, ou uma mulher, ou uma criança ‘simples’ (CAMPBELL, 2003, p.173).

Mas se o termo a ser usado não é “anônimo”, nem “pessoa comum”, qual o termo mais adequado? Poderia ser “não-famoso”, mas o termo também se mostra impróprio porque existem pessoas famosas na sua área, por exemplo, um professor de literatura reconhecido por seus pares, mas que nunca deu entrevista à grande mídia. Poderia ser ainda “menos expoentes”, referindo-se ao seu maior ou menor grau de exposição à mídia, mas aqui a palavra ‘menos’ cria uma escala de merecimento e valor. Optei, então, pelo termo ‘*protagonistas do cotidiano*’, apesar de suas limitações.

Para Sérgio Vilas Boas, a categorização “vazia” de anônimo foi criada como defesa e diferenciação pelo *establishment*, que procura formas de se legitimar. Nessa perspectiva, os anônimos seriam os “sem nome de família”, àqueles que não pertencem a famílias tradicionais, nem possuem condições financeiras favoráveis. O termo, então, é carregado de teor pejorativo, como diz Vilas Boas em entrevista à autora⁴:

Não existe ninguém desconhecido, todo mundo sabe quem é você, o porteiro do prédio, o seu namorado... Eu não concordo com esta ideia de anônimo, o ascensorista não tem nada a ver com o fato do jornalismo escolher célebres e você vai e lacra anônimo nele. Acho pejorativo e desagradável chamar a pessoa de anônimo, e isso reforça o que já existe.

A escolha do ‘*protagonista do cotidiano*’ deve ser porque sua história tem um interesse público e tenha algo que vá ao encontro à multidão. As histórias humanas no jornalismo geram conhecimento para o mundo e permitem criar possibilidades de participação do leitor, não de maneira passiva, mas de alguém que se sente representado pelo texto em que se reconhece através de princípios que reforçam sua humanidade. O que faz a diferença não é se o sujeito é desconhecido, mas se diferenciar da multidão, não através da exposição exacerbada à mídia, mas de tudo que não é previsível e óbvio. O importante é o

4 Entrevista concedida em 25 de junho de 2009.

valor da obra, não apenas física, mas também como feito, como revela o trecho a seguir:

Aos 50 anos o coração do jornalista e pizzaiolo, Paulo Maia, deu sinal de que não aguentaria a vida sedentária e os cigarros fumados um após o outro. Ao contrário de amigos que se entregaram aceitando o grito do coração com uma mensagem de que estavam velhos, Paulo Maia, mudou de vida. Começou a fazer natação, mas não era só isso. Ele queria se superar. Nadava todos os dias de manhã e à tarde, seu objetivo era atravessar o Canal da Mancha, 40 km entre Inglaterra e a França, a nado. Maia nadou durante 13h e 40min nas águas geladas. Seu corpo inteiro doía, ele já não tinha forças quando avistou terras francesas. Reuniu toda a energia em braçadas desesperadas até pisar, cambaleante, na praia e chorar, o choro dos vencedores. Paulo Maia foi o primeiro brasileiro com mais de 50 anos a atravessar o Canal da Mancha⁵.

O fator preponderante na escolha de Paulo Maia como protagonista do cotidiano foi seu feito, a superação de limites.

O Jornalismo Literário com protagonistas do cotidiano é mais do que uma oportunidade de os jornalistas se mostrarem criativos e inovadores. Ele proporciona um reconhecimento da existência desses anônimos na história e recorda-nos que nossa identidade não foi estruturada apenas por monarcas, primeiros-ministros e generais. Os protagonistas do cotidiano são agentes que afetam o mundo em que vivem.

Jacques Le Goff (1983, p.171), estudioso do cotidiano, especialmente da época medieval, ressalta uma tipologia da marginalidade, ou, como preferirem, do anônimo:

- a) Os excluídos ou destinados à exclusão: são os criminosos (ladrões e bandidos, furas e latrones), os errantes, os estrangeiros, as prostitutas, os suicidas, os hereges;
- b) Os desprezados: os ofícios 'desonestos' como os de magarefe, tintureiro, mercenário, etc., os doentes, os enfermos e os pobres, as mulheres, as crianças, os velhos, os bastardos;
- c) Os marginalizados propriamente ditos: os desclassificados (por exemplo, os cavaleiros pobres), os loucos, os pedintes, os usuários (muito próximos, estes últimos, da categoria de excluídos);
- d) Os marginalizados imaginários: as maravilhas geográficas, os monstros, ... o homem selvagem.

Le Goff ressalta ainda:

[...] é muito raro encontrar alguma coisa que não seja história política, actas de governo e algumas palavras sobre

5 Texto escrito pela própria autora, depois de conversa com Paulo Maia.

as instituições. Nunca ninguém se deteve a considerar aquilo que acompanha, explica e em parte constitui o fundamento da história política: as condições sociais, econômicas e industriais, a situação da literatura e do pensamento (LE GOFF, 1983, p.215).

Com a Nova História Cultural e a História Vista por Baixo, o historiador é chamado a defrontar-se com o homem cotidiano que está bem longe de deixar-se enredar por papelada, num universo sem texto e sem escrita.

Em entrevista à Lúcia Guimarães, do jornal *O Estado de S. Paulo*, o jornalista Gay Talese, ícone no New Journalism, enfatiza:

Se precisar saber quem foi o vice-presidente no ano tal, posso usar o Google e não vou até à biblioteca... Mais as pessoas sobre as quais quero descobrir alguma coisa não são famosas. Se eu fizesse uma busca no Google sobre os personagens reais de 'A Mulher do Próximo'⁶, eles apareceriam associados ao meu nome. Muita gente que eu entrevistei estava falando com um repórter pela primeira vez. Eu sou o historiador de pessoas que não tem histórias registradas em público (GUIMARÃES, 2009, p.1-2).

Muitos países, principalmente os europeus, estão se voltando para o estudo dos protagonistas do cotidiano que vivem a vida simples e resgatando outros valores, pois até mesmo aquilo que se diz mais novo, ou mais ousado no jornalismo, o Jornalismo Literário, precisa se reciclar e incorporar novos conceitos, novas formas de fazer.

1.1 Culto ao personalismo

O mais importante nas matérias de Jornalismo Literário é dar valor ao ser humano, mais do que qualquer técnica e estilo. No entanto, é necessário diferenciar interesse pelo ser humano de personalização, que leva à desimportância da obra. Muitas celebridades que não têm nenhum 'feito' são consagradas pela mídia, como disse Sérgio Vilas Boas, em entrevista.

A gente tem mania de ver que a pessoa chegou lá do nada. Até mesmo na Flip [*Festa Literária Internacional de Parati*]. Quem discute a obra? Ninguém. É uma festa de celebridades do meio literário, assim como em muitos outros meios. Hoje há um culto ao personalismo, à vida das celebridades. Ninguém pergunta qual é a obra deles? Como ele chegou lá? Para o Jornalismo Literário essa pergunta nunca deve deixar de existir. O importante é gente que faz e gente que faz pode ser pobre, rico, amarelo, azul...

A jornalista Eliane Brum complementa:

6 Livro que aborda a revolução sexual nos Estados Unidos na década de 60.

Eu não gosto de heróis. De mitos, só os da Antiguidade. Não gosto porque não acredito, porque acho pobre, porque acho chato. Se de perto ninguém é normal, de perto ninguém é herói. Essa mania de mitificar gente, alçar fulano ou beltrano ao Olimpo porque supostamente fez algo sobre-humano, empata a vida. Faz com que os supostamente pobres se sintam exatamente isso: pobres mortais. Ou *loser*, na expressão do que a cultura americana tem de pior (BRUM, 2006, p. 195).

Na literatura e no jornalismo, ainda não conseguimos superar a divisão entre o clássico e o popular. A gente sempre coloca o autor na frente do livro, seja para melhor ou para pior.

Numa escola narrativa como no Jornalismo Literário, colocar em primeiro plano as pessoas anônimas é uma tradição. Em primeiro lugar, porque o Jornalismo Literário tem como base a humanização, você não o pratica sem a presença forte de pessoas e de personagens reais. Essas personagens podem ser (e são em sua maioria) pessoas anônimas, os protagonistas do cotidiano. Há, inclusive, uma vertente do JL norte-americano chamado jornalismo da intimidade, que fala de pessoas anônimas.

Os norte-americanos descobriram que a perspectiva de colocar pessoas em evidência cria um vínculo com a sociedade porque é mais fácil se identificar com as pessoas do cotidiano do que se identificar com celebridades. As pessoas anônimas são um forte elo com o público leitor, por serem mais palpáveis. A humanização deve procurar o que procura toda matéria de jornalismo literário: compreender o mundo, o diferencial e o universal na vida delas e de cada um de nós.

Para Edvaldo Pereira Lima, o autor da matéria deve estar sensibilizado e com sua capacidade humana de ver o outro apurada, deve ter empatia forte, se identificar com o ser humano e procurar entender o mundo do outro, como dito em entrevista à autora.

O que essas matérias podem desempenhar é ajudar os leitores a verem que na verdade nós fazemos parte de uma teia, de uma rede. Há uma interdependência de todos nós, de todos os seres, isso é mais importante do que qualquer recurso ou técnica.

Apesar do culto à celebridade e a vida de aparência ainda persistirem com força, cada vez mais, o leitor busca a contextualização e as histórias de vida escritas de maneira não invasivas. Para Medina:

[...] pesa para o leitor de uma narrativa o grau de identificação com o anônimo e seu cotidiano. De certa forma, a ação coletiva ganha em sedução quando quem as protagoniza são pessoas comuns que vivem a luta do dia-a-dia. Descobrir essa trama dos que não têm voz, reconstituir o diário de bordo da viagem da esperança, recriar os falares, a

oratura dos que passam ao largo dos holofotes da mídia convencional, passou a ser um marco de pesquisa cada vez mais consistente [...] Os leitores rejeitam as cargas conceituais, o mundo das idéias, os quadros puramente estatísticos, as teses ou as informações dogmatizadas. Eles manifestam claramente a preferência pela informação humanizada, vivida, exemplificada na vida cotidiana e protagonizada pelos heróis, ou melhor, anti-heróis da aventura contemporânea (MEDINA, 2006, p.75).

A cultura dos dias atuais não está mais em busca de heróis, como bem diz Medina, mas de anti-heróis. Nossos heróis estão velhos e mesmo aqueles que mais gostamos como o Peter Parker do Homem-Aranha, ou o Clark Kent do Super-Homem só são interessantes por seu lado humano, seus questionamentos e fraquezas típicos de qualquer pessoa.

A rotina, ou aquilo que faz com que qualquer celebridade desça ao mundo dos mortais, faz com que as matérias ganhem em estilo, em complexidade, em identificação com o leitor.

1.2 A dor da gente não sai no jornal

São Paulo é uma cidade habitada por *protagonistas do cotidiano*. Para onde quer que se olhe, lá estão eles: nas portas dos supermercados pedindo moedas, andando pelas ruas do centro com cobertores fétidos e roupas sujas, lotando as calçadas com produtos “made in china” e DVDs *piratas*, na Rua Barão da Itapetininga com placas “vende-se ouro”, nas portarias dos prédios, varrendo as ruas, em lojas e farmácias atendendo clientes, nas cohabs da periferia. Mas não é só. Podem ser vistos também em escritórios de advocacia, hospitais, imobiliárias, lojas de grife...

Em 2007, em uma conversa com Roberto Oropalo, presidente da Academia Brasileira de Arte Cultura e História, sediada na Casa da Fazenda do Morumbi, ouvi, em razão da minha busca por protagonistas para uma matéria: “Aqui você pode encontrar muitos personagens. São pessoas ricas, mas que não têm fama, não aparecem na mídia. Elas adorariam aparecer. Até pagariam para ser capa”. Os protagonistas do cotidiano, portanto, estão em toda parte, não apenas nos lados obscuros e excluídos da cidade. E tem um ponto que me chama atenção. A maioria deles busca um reconhecimento dado pela mídia. Aparecer significa, neste caso, ser legitimado.

Gay Talese, em entrevista ao Jornal *O Estado de S. Paulo*, define os que ele chama “anônimos” como “pessoas que não têm história registrada em público”, mas ter a história registrada, um dia, por um meio impresso, não desfaz a ideia

que se tem de anonimato. É preciso mais que isso, é necessária uma exposição prolongada para se alcançar o *status* de celebridade.

Guy Debord (1997) define a época em que vivemos como a “sociedade da aparência”, em que a representação vale mais do que a realidade e que “parecer” vale mais do que “ser”. É preciso, então, sair do lugar-comum e se destacar da massa:

No espetáculo, uma parte do mundo *se representa* diante do mundo e lhe é superior. O espetáculo nada mais é do que a linguagem comum dessa separação. O que liga os espectadores é apenas uma ligação irreversível com o próprio centro que os mantém isolados. O espetáculo reúne o separado, mas o reúne como separado (DEBORD, 1997, p. 23).

Os “anônimos” nunca fizeram parte da linha editorial de nenhum veículo de comunicação. Eles são apenas um relance, um exemplo, a fim de que a matéria fique mais interessante e demonstre que pessoas foram ouvidas no processo de produção. Mas essa ideia não vem de agora...

No século XVII, Tobias Peucer (apud SOUSA, 2004, p.9) já elencava algumas categorias de notícia, entre elas, a de *notoriedade*; como critério de noticiabilidade vem “o que se passa com as *peessoas ilustres* (o que evidencia o valor da *referência a pessoas de elite*); etc”. Ou seja, se devia falar daquele que fosse conhecido do leitor, pois só assim, geraria interesse. Muitos outros autores voltaram a levantar a questão. Para Fraser Bond (1969, p.101), um dos elementos que constituem o interesse na notícia, além de outros citados, como o interesse próprio do leitor, dinheiro, sexo, guerras, etc, é o *culto ao herói e à fama*. E para Ross (1990, p.44), uma das três grandes ações seletivas, além da novidade dos acontecimentos e do interesse direto ou indireto para o leitor está o valor intrínseco dos acontecimentos, o que inclui a *notoriedade dos autores*. Para Traquina (2008, p.68), as pessoas não conhecidas são notícia quando: a) são manifestantes, grevistas ou amotinados – indivíduos que fazem barulho ou provocam tumulto; b) são vítimas de desastres, naturais ou sociais; em particular na televisão, quando há imagens fortes; c) são transgressores das leis e da moral; e d) são praticantes de atividades invulgares. No entanto, mesmo nesses casos, aparecem de maneira não humanizada.

É grande a relação de autores que colocam o item *notoriedade* como valor intrínseco da notícia e é esse valor que será discutido neste trabalho. Será que a pessoa precisa ser notória para despertar interesse ou simplesmente para relatar fatos importantes a partir de uma visão periférica? Ou mesmo, precisa ser notória para se incluir na história da mídia?

Acredito que essa categorização seja perigosa, pois traz a notícia não para o campo do jornalismo, mas para o campo do espetáculo, de maneira que, assim como destaca Colombo (1997, p. 22), “nasce assim uma Disneylândia das notícias em que o ritmo, vivacidade, sentido de suspense, golpes de efeito, acento dramático, comoção dos personagens pertencem cada vez mais ao mundo do espetáculo [...] (tradução nossa).

Os anônimos sempre foram figurativos, deixados em segundo plano porque as principais pautas giram em torno do poder, assuntos ligados à política, economia, personalidades do mundo das artes e das novelas. Os entrevistados são pessoas que representam órgãos oficiais, presidentes de grandes empresas, economistas e celebridades. A dor da gente não sai no jornal, diz Chico Buarque na música “Notícia de Jornal”, composição de Luís Reis e Haroldo Barbosa. De fato, as pessoas não se reconhecem nas notícias. Alguns meios de comunicação e jornalistas deram espaço aos heróis do cotidiano, mas isso aconteceu de maneira não constante, eu diria até intuitiva, presente em jornalistas mais sensíveis e na editoria de veículos preocupados em mostrar a realidade brasileira.

A pesquisadora Maria Odila Dias, em uma pesquisa histórica, demonstra como era a vida em São Paulo, entre os fins do século XVIII, das mulheres de classes oprimidas, livres, forras e escravas que foram testemunhas de uma história no sentido inverso: lavadoras, domésticas, tiradoras de pó... Elas esvaziavam cinzeiros, sacudiam migalhas, refaziam camas, serviam mesas. Odila refez uma história do implícito resgatada das entrelinhas, dos documentos, beirando o impossível, de uma história sem fontes, porque pouco se registrou da vida dessas pessoas a quem chama ‘pequenos’.

Os pequenos são os que vivem o tempo subjacente, dominado, que mergulha e sumiu no tempo da classe dominante e na sua história [...] Foram testemunhas da opressão; seus depoimentos, se os pudéssemos recolher, seria o mais verídico testemunho do passado (DIAS, 1995, p.8).

Para a especialista em psicologia social, Ecléa Bosi, todas as pessoas vivas e não apenas as famosas, compõem a memória social e coletiva. Ela nos dá exemplos a partir da matéria descartada pelo jornalismo do dia-a-dia: “[...] É do cotidiano que brota a magia”, escreve ela, “a brincadeira que vai transformando uma coisa em outra”...

No livro *Memória e Sociedade Lembranças de Velhos*, as histórias resgatam a vida de protagonistas do cotidiano e, com ele, o cenário histórico reconstruído através da memória de pessoas como Dona Alice ao relembrar a infância na Alameda Nothmann, a rotina de costureira ainda na adolescência, o casamento, as

brincadeiras e costumes em narrativa oral prazerosa e envolvente, que só faz sentido dentro de seu contexto.

No entanto, as narrativas humanísticas estão distante do jornalismo porque ele se desenvolveu dentro de uma esfera *objetiva*. Na tese de doutorado de Tobias Peucer ele faz referência ao que consideramos tipicamente norte-americano, o lead, as perguntas *o que, quem, quando, onde e por quê* e vemos que essa forma de encarar a notícia é mais antiga do que se pensava, como diz o texto de Jorge Pedro Sousa:

No campo da retórica, Peucer socorreuse dos antigos filósofos e retóricos gregos e romanos, como Fábio Quintiliano ou Cícero, que, entre outros contributos para os estudos jornalísticos, há mais dois mil anos [sic] foram fixando para a posteridade a fórmula dos *elementa narrationis* para contar novidades (circunstâncias de sujeito, objecto, lugar, tempo, causa e maneira, ou seja, 'quem?', 'o quê?', 'onde?', 'quando?', 'porquê?' e 'como?'), tantas vezes atribuída erroneamente aos americanos do século XIX (SOUSA, 2004, p.4).

A ideia de que a objetividade pode explicar tudo ainda sobrevive em muitas redações de jornais. Isso traz como consequência a valorização do que pode ser medido, do que vale e não vale uma reportagem. As matérias humanísticas perdem aí, pois a essência humana não pode ser medida. E será que pode ser diferente? Ecléa Bosi mostrou que sim, através das narrativas de *Lembranças de Velhos*, mas isso aconteceu em um livro. O mesmo é verdade para todas as mídias? Eliane Brum quando escreveu a coluna *A Vida que Ninguém Vê* para o jornal *Zero Hora* demonstrou que é possível resgatar histórias de protagonistas do cotidiano em um jornal diário. Mesmo em coluna semanal, o espaço existia evitando critérios econômicos, de classe ou físicos e procurando a beleza não apenas no belo e no jovem, mas também no feio e no idoso. O que precisa haver é uma mudança de rumo, uma nova forma de olhar e encarar o jornalismo e o cotidiano.

2.1 Os protagonistas do cotidiano no jornalismo e fora dele

Em 1902, Euclides da Cunha nos presenteou com a obra "*Os Sertões*". O repórter foi enviado pelo jornal *O Estado de S. Paulo* para cobrir a Guerra de Canudos (1896-1897) decorrente da agremiação de seguidores de um monarquista assumido - e fanático-, Antonio Conselheiro. A República, se sentindo ameaçada pelos sertanejos, reúne esforços para destruí-los.

A cobertura de Cunha (2002) não privilegiou os soldados governistas. O então repórter fez um acompanhamento da guerra e apresentou ao Brasil os moradores do sertão da Bahia: José Venâncio, dezoito mortes cometidas; os irmãos

Chiquinho e João da Mota; Pedrão, um cafuz entroncado e bruto; Estevão, corpo tatuado à bala e à faca, Joaquim Tranca-pés, guerrilheiro sanhudo; Velho Macambira, pouco afeiçoado à luta; Antonio Beato, o mulato espigado; José Félix, o Tarantela, guarda das igrejas; Manuel Quadrado, o curandeiro; e o médico e o chefe de todos, o astuto João Abade.

O envolvente texto de Euclides relata a vida real procurando mostrar seus protagonistas, a maneira como se vestem e pensam. Outros oito periódicos enviaram correspondentes para a Guerra de Canudos – *Jornal do Brasil, Gazeta de Notícias, A Notícia, República, Jornal do Comércio e O País* – mas nenhum deles mostrou as pessoas que constituíam Canudos, como fez Euclides.

Segundo Edvaldo Pereira Lima, no livro *Páginas Ampliadas*, “a afinidade instintiva de Euclides da Cunha só poderia ganhar segurança se o autor realizasse um encontro visceral com a realidade. Isto é, se, munido de sua vasta cultura, partisse a campo para confrontá-la, para colocar à prova a concepção teórica, de um lado, e a elaborada finesse de sua sensibilidade de outro” (LIMA, 2004, p. 216). E foi isso que Euclides fez, um encontro visceral com a realidade.

Euclides da Cunha fala do vaqueiro e do sertanejo até então ignorados e desconhecidos pela grande mídia. O papel do herói é, então, invertido. Os sertanejos são vistos sob outro olhar, um olhar complexo e não simplista.

Na obra de Euclides, os protagonistas aparecem como tipos sociais, o alcance individual de personalização é mínimo, mas o avanço se dá na postura do olhar, na angulação diferente, que, mesmo retratando tipos sociais, desfaz estereótipos, como o do sertanejo, “o sertanejo é, antes de tudo, um forte”.

Entre 1900 e 1920 entra em cena o jornalista Paulo Barreto batizado por ele mesmo “João do Rio” mostrando os protagonistas das ruas do Rio de Janeiro. Paulo Barreto passou pelos jornais *Cidade do Rio* (1898-1899) e publicou uma série de matérias na *Gazeta de Notícias*. Entre janeiro e março de 1904, o jovem jornalista de 25 anos se embrenhou em meio à babalaôs, evangélicos, amantes do diabo, judeus, espíritas e membros de diversas outras religiões e seitas para retratar a diversidade de cultos que existiam no Rio de Janeiro. A série de reportagens foi publicada no diário *Gazeta de Notícias* e no final daquele ano virou o livro *Religiões no Rio*. O cenário carioca está presente também nos livros *A Alma Encantadora das Ruas, Vida Vertiginosa, Cinematógrafo e Os Dias Passam*.

Cremilda Medina situa assim o seu pioneirismo:

Os tipos sociais representados representam a tendência de humanização tão explorada pela reportagem atual; a descrição de costumes e de situações sociais inaugura a reportagem de contexto; de passagem, alguns traços retrospectivos do fato narrado levariam, mais tarde, à

reportagem de reconstituição histórica (MEDINA, 1988, p. 69).

João do Rio gostava das ruas e dos homens, era um observador arguto. Em suas matérias sempre falava do banal de maneira bem-humorada. Era um cronista mundano, um repórter atento.

Para Brito Broca (1960), João do Rio é “o repórter, o cronista que se tornou verdadeiro historiador de uma época”. E ele fazia isso buscando as informações nas ruas.

[...] aos literatos – jamais lhes passaria pela cabeça ir à cadeia ver de perto o criminoso e conversar com ele [...] foi essa experiência nova que João do Rio trouxe para a crônica, a de repórter, do homem que, freqüentando salões, varejava também as baiúcas e as tavernas, os antros do crime e do vício – subia o morro de Santo Antonio pela madrugada com um bando de seresteiros e ia aos presídios entrevistar sentenciados (BROCA, 1960).

No entanto, assim como Euclides da Cunha, o anônimo retratado por João do Rio ainda pertencia à classificação de tipo social. Ele não é humanizado nem individualizado. Cremilda Medina (1988) em uma sistematização da contribuição de João do Rio na coleta de informações lhe atribui o fato de ele recorrer a fontes anônimas.

Na grande parte de suas reportagens, as fontes são ‘personagens’ anônimos, caracterizados por uma presença mais ficcional do que jornalística, ou ficam semi-identificados como tipos sociais, sem perfeita individualização. É raro o caso em que as informações chegam à identificação direta (como na reportagem “Os trabalhadores de Estiva”, do livro *A Alma Encantadora das Ruas*, onde o autor dá o nome da firma dos estivadores). Esse passo, absolutamente rotineiro no jornalismo moderno, João do Rio definiu: prefere o tipo-reportagem ao fulano de tal, entrevistado em tal lugar (MEDINA, 1988, p.61-2).

No livro *A Alma Encantadora das Ruas*, publicado em 1908, o jornalista traz exemplos de como retratar as pessoas comuns. Ele fala das pequenas profissões, dos biscateiros que perambulavam pelas ruas do Rio de Janeiro na virada do século: tatuadores, “o petiz tirou do bolso três agulhas amarradas, um pé de cálix com fuligem e começou o trabalho. Era na Rua Clapp, perto do cais, no século XX”; dos mercadores de livros, “exatamente na esquina do teatro S. Pedro, há dez anos, Arcanjo, italiano, analfabeto, vende jornais e livros. É gordo, desconfiado e pançudo. Ao parar outro dia ali, tive curiosidade de ver os volumes dessa biblioteca popular”; os pintores das ruas, “em cada canto de rua depara a gente com a obra de um pintor, cuja existência é ignorada por toda a gente”; consumidores de ópio, músicos ambulantes, cocheiros, estivadores, mendigos, etc.

Para Edvaldo Pereira Lima (2004, p.219-220), os textos de João do Rio deixaram marcas de um “pioneirismo inconfundível pela observação detalhada da realidade, pela coleta de informações, por meio de entrevistas a fontes”. Ainda segundo ele, “João fez suas reportagens onde estão presentes os embriões de alguns dos elementos que constituiriam mais tarde as vigas de sustentação do jornalismo interpretativo: a contextualização, a busca de antecedentes e a humanização (pelo pinçar de personagens para lhes traçar o perfil)”.

Depois de João do Rio, muitos repórteres ficaram conhecidos em todo o Brasil por fazerem grandes reportagens como David Nasser (O Cruzeiro), Joel Silvera (revista Diretrizes, Diários Associados), Edmar Morel (O Cruzeiro, a Tarde), José Hamilton Ribeiro (revista Realidade), Samuel Wainer (revista Diretrizes, Diários Associados). No entanto, eram grandes reportagens políticas, de guerras ou baseadas em pesquisas históricas ou revelando espaços geográficos ainda desconhecidos dos brasileiros como a Amazônia. Era raro o anônimo ser *protagonista* destas reportagens, em geral, matérias temáticas. No entanto, podemos encontrá-los como na revista *O Cruzeiro*, cujo primeiro exemplar foi publicado em 1928 sendo editada ininterruptamente de 1943 a 1975.

A revista *Realidade* (1966-1976), lançada pela Editora Abril, ampliou o espaço dado aos anônimos na cobertura jornalística da época. Suas reportagens literárias tinham como tema protagonistas do cotidiano em suas atividades profissionais e segmentos sociais. O repórter e dramaturgo Plínio Marcos mostra na reportagem *O batedor de carteira* um tipo social comum na década de 60 nos ônibus lotados do centro de São Paulo. O salto de qualidade dado às narrativas de anônimos a partir de *Realidade* é que eles não são apenas tipos sociais, agora aparecem individualizados. O personagem Malhado é apresentado de uma maneira que podemos perceber seus gostos e gestos através do acompanhamento feito pelo repórter.

A maior parte dos profissionais de *Realidade* demonstrava paixão pelas pessoas da vida real. Eles evitavam enfatizar estatísticas e dados técnicos, o texto era humanizado, ilustrado com a história de alguém. Numa boa reportagem é preciso encontrar o protagonista que vai irradiar o contexto sociocultural e as raízes históricas de um fato. Eles encontravam esses protagonistas através da própria impregnação na experiência humana.

No final da década de 70, quando sai de circulação a revista *Realidade*, nenhuma outra preenche o espaço deixado por ela, pelo menos na grande imprensa. Mas, em 1987, a jornalista, pesquisadora e professora Cremilda Medina lança um projeto com os alunos de graduação da ECA-USP, o *São Paulo de Perfil*, que surgiu em decorrência de sua tese de doutorado - *Modo de Ser; Mo'Dizer* – que

se pautava pela humanização. Adotando o suporte de livro, esse projeto trabalha com grandes reportagens que têm como objetivo formar o rosto multifacetado do Brasil. A cada semestre é produzido um livro. Atualmente, 27 já foram publicados através do projeto que busca a compreensão do cotidiano e trabalha, na maioria das vezes, com protagonistas do cotidiano.

Segundo Cremilda, o ponto de partida do projeto veio de uma experiência colhida em Nova York, em 1980, onde ela conheceu um trabalho de história oral subsidiado pela *Community Documentation Workshop* da *St. Mark's Church-in-the Bowery*, que publicava biografias de anônimos do *Lower East Side*. Cremilda explica:

Essas histórias de vida, sem qualquer luxo editorial, estavam vinculadas às escolas da área urbana que concentrava imigrantes hispânicos. Ao lerem as sagas dos protagonistas aí descobertos, os alunos se identificavam com eles e se reconheciam numa cidadania à margem da mídia central. Infelizmente o projeto foi desativado na era Ronald Reagan de 1981-1989, por conta do corte de subsídios às políticas culturais (informação verbal)⁷.

A edição de 1992 resgata o primeiro habitante de nossa terra, o índio. O repórter Mauro Sérgio Scarabel encontra Fernando, porteiro de um prédio no Morumbi Paulista e índio pankararu, "mas nunca alguém perguntou: Quem é você? Ninguém no prédio sabe que Fernando é índio".

Outros exemplos são os livros *Forró na Garoa (1988)*, histórias de nordestinos em São Paulo; *Hermanos Aqui (1989)*, a saga dos hispano-americanos na Pauliceia; *Pauliceia Prometida (1990)*, história de judeus que chegaram ao planalto; *À Margem do Ipiranga (1990)*, o cotidiano nos extremos da metrópole; *Tchau Itália, Ciao Brasil (1993)*, histórias de vida dos italianos; etc.

A edição dos livros atinge seu objetivo quando consegue influenciar pessoas a trabalhar seu olhar quanto ao cotidiano e a mostrar que existe outro lado, ou múltiplos lados.

Outro projeto que tem trazido os protagonistas do cotidiano para as pautas jornalísticas é a especialização em Jornalismo Literário desenvolvida pela ABJL. Oficialmente, a instituição foi criada em dezembro de 2005, depois de um ano de atividades em parcerias individuais entre Sérgio Vilas Boas, Edvaldo Pereira Lima, Celso Falaschi e Rodrigo Stucchi numa pós-graduação lato sensu em Comunicação Criativa, nas Faculdades Metropolitanas de Campinas (Metrocamp). Os alunos do curso de pós da Metrocamp adoraram as abordagens e domínio de sala de aula e lamentaram que a participação houvesse sido restrita a alguns módulos. A partir

⁷ Trecho retirado de texto enviado pela própria Cremilda sobre a série São Paulo de Perfil.

daí, Celso, quem fez a ponte com a Metrocamp o tempo todo, convocou Sérgio e o Edvaldo para uma reunião em São Paulo e propôs a criação de uma instituição onde tivessem liberdade total para gerir o curso pedagogicamente. Toparam na hora. O curso passou a funcionar, então, em São Paulo, Curitiba, Brasília e Goiânia. Hoje, as atividades se concentram apenas em São Paulo. A instituição elabora, ainda, e monta o Seminário Brasileiro de Jornalismo Literário. O segundo será realizado em 2010.

A produção dos alunos da ABJL, publicada no site *Texto Vivo Narrativas da Vida Real* (www.textovivo.com.br), ativo desde 2003, descobre o extraordinário da vida cotidiana. Os textos humanizam grafiteiros, videntes do Viaduto do Chá, herdeiros de uma loja de aviamentos no Bom Retiro, uma família de detetives particulares, taxistas, personagens de um terminal de ônibus, trabalhadores de uma indústria que também são músicos, vendedores de assinaturas, costureiros, catadores, etc. Em 2007, foi publicado pela Summus, o livro *Jornalistas Literários: narrativas da vida real por novos autores*, uma coletânea da produção dos alunos de 2006. E a proposta é de que saia, em breve, o segundo volume.

2.2 Ações intuitivas e individuais em prol dos protagonistas do cotidiano

A ação destes projetos passa pelo campo institucional e acadêmico. Pouco se vê os protagonistas do cotidiano na prática frugal do jornalismo. Mas algumas ações intuitivas e individuais merecem ser mencionadas, como as do repórter Ricardo Kotscho.

Kotscho, que passou pelo *Estado de S. Paulo*, *Jornal do Brasil* e *Folha de S. Paulo* tem uma história engraçada. Quando foi enviado, na década de 60, ao Horto Florestal para cobrir a visita do presidente Costa e Silva, ficou pensando no ridículo de escrever coisa velha, pois como o *Estadão* não saía na segunda-feira, todos os jornais já teriam publicado as informações sobre a chegada de Costa e Silva. Ele, então, foi falar com o povo que estava por ali e fez a matéria centrada na história de um velho pipoqueiro. A partir daí, virou o repórter do pipoqueiro.

[...] uma forma de me esculhambar, assim como quem diz: esse é o cara que nós temos para escrever sobre coisas sem importância. Chamava-se isso de "side story", história paralela, um canto que achei para não bater de frente com os outros repórteres, todos preocupados com o "sério", o "importante", o "oficial" das histórias. Isso valia tanto para visitas de presidentes e rainhas como para jogos de futebol e tragédias: enquanto todo mundo corria para um lado, em cima dos protagonistas das matérias, eu caminhava para o lado oposto, pegando o lado dos coadjuvantes, dos figurantes, enquanto todos cobriam o palco, eu ficava pela

platéia, dando uma espiada nos bastidores. (DIMENSTEIN et ali, 1990, p. 67-8).

Para Kotscho (1990), muitas vezes, “o repórter consegue antecipar o futuro conversando com *peessoas comuns* que costumam saber mais da alma do povo do que o mais tirano dos governantes. Fora dos círculos do poder e dos gabinetes existe um povo sempre original, fonte inesgotável de boas matérias”. O repórter, no fundo, é um contador de histórias da vida presente e Kotscho especializou-se em contar histórias de protagonistas do cotidiano, de pessoas que raramente entram nos jornais. E é inacreditável a quantidade de boas histórias que ele contou sob esse olhar diferenciado.

Em 2006, em decorrência do lançamento do seu livro *Do Golpe ao Planalto*, Kotscho fala em entrevista ao *Observatório da Imprensa* que continua fazendo o trabalho do mesmo jeito de quando começou – sem rotina nenhuma, sempre tentando descobrir temas novos, personagens inéditos na imprensa, lugares onde nunca um repórter foi antes.

Outra repórter sensível aos protagonistas do cotidiano é Eliane Brum. O talento se prenunciava em sua estreia no jornal *Zero Hora*, de Porto Alegre, ao ser pautada para cobrir a inauguração de um McDonald’s na Praça da Alfândega. Lá, ela se distanciou dos outros repórteres e descobriu um grupo de aposentados que se reunia naquela praça e contou a história da inauguração do McDonald’s sob o olhar desses aposentados.

Em 1999, ao escrever para a coluna *A Vida que Ninguém Vê*, exercitou o seu olhar para ver os pequenos acontecimentos de pessoas desconhecidas e procurar em sua aparente vida ordinária – o extraordinário. Ela cavava as histórias em quebradas escondidas da mídia como um dos protagonistas *O Sapo*, que pedia esmolas arrastando-se pelas ruas do centro. Devido a uma gripe de infância, Sapo nunca andou.

O mais incrível é que o Sapo estava ali havia 30 anos. E há mais de duas décadas nos cruzávamos na Rua da Praia. Minha cabeça no alto, a dele no rés-do-chão. Eu mirando seu rosto. Ele, os meus pés. Só dias atrás tive a coragem de me agachar e nivelar nossos olhares, subvertendo as regras do jogo de que ambos participávamos. Não nos reconhecemos [...] Sapo ainda conta que seu sonho é ganhar uma cadeira de rodas. Mas com motor, que é pra ele conseguir subir as lombas que hoje escala de quatro, feito bicho. Descubro assim que Sapo quer deixar de ser sapo. Nos despedimos [...] (BRUM, 2006, p. 63).

Eliane Brum, no exercício do jornal diário, deu o maior passo no sentido da compreensão do anônimo. Ela o humanizou. Conseguiu chegar aos seus sonhos e desejos sem esforço, de forma natural.

Hoje, Eliane Brum é repórter especial da revista *Época*. A coletânea de textos da coluna transformou-se no livro *A Vida que Ninguém Vê*, ganhador do Prêmio Jabuti de 2007 como melhor livro de reportagem. Eliane sempre procurou fugir da vala comum da pauta, cavando suas próprias histórias em quebradas escondidas da mídia onde descobriria personagens e assuntos que não estão nas agendas das redações – do carregador de malas de aeroporto que sonhava em voar, ao solitário enterro de pobre, a Oscar Kulemkamp, que coleciona objetos recolhidos nas ruas em sua própria casa.

Sempre gostei das pequenas histórias. Das que se repetem, das personagens que pertencem à gente comum. Das desimportantes. O oposto, portanto, do jornalismo clássico... O que esse olhar desvela é que o ordinário da vida é extraordinário. E o que a rotina faz com a gente é encobrir essa verdade, fazendo com que o milagre de cada vida é se torne banal. Esse é o encanto de 'A vida que ninguém vê': contar os dramas anônimos como épicos, como se cada Zé fosse um Ulisses, não por favor ou exercício de escrita, mas porque cada Zé é um Ulisses. E cada pequena vida uma Odisséia (BRUM, 2006, p. 187).

Eliane Brum ressalta a importância "de uma nova maneira de olhar", que rompa o vício e o automatismo de se enxergar apenas as imagens dadas, como se a vida fosse besta, e mesmo besta, importante e poética, como o poema de Carlos Drummond de Andrade (1963) 'Cidadezinha qualquer' revela:

*Casas entre bananeiras
Mulheres entre laranjeiras
Pomar amor cantar
Um homem vai devagar
Um cachorro vai devagar
Um burro vai devagar
Devagar... as janelas olham.
Eita vida besta, meu Deus.*

O maior presente para a jornalista foram as respostas dos leitores que enviaram relatos que acabavam assim: "Descobri que a minha vida é especial. Mudou tudo". Como Brum (2006) mesma disse, "bastava o reconhecimento do outro, vindo de um jornal legitimado como uma página no jornal de sábado, para que a vida fosse vista sob outros ângulos possíveis... olhar é um exercício cotidiano de resistência".

Referências bibliográficas

BROCA, Brito, A vida literária no Brasil – 1900. Rio de Janeiro: Livraria José Olympio, 1960.

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

CAMPBELL, Joseph. O herói de mil faces. São Paulo: Cultrix, 1999.

COLOMBO, F. Últimas notícias sobre el periodismo. Barcelona: Anagrama, 1997.

CUNHA, Euclides da. Os Sertões: campanha de Canudos. São Paulo: Martin Claret, 2002.

DEBORD, Guy. Sociedade do espetáculo: comentários sobre a sociedade do espetáculo. 3ª reimpressão. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

DIAS, Maria Odila Leite da Silva. Quotidiano e Poder em São Paulo no século XIX. São Paulo: Editora Brasiliense, 1995.

DIMENSTEIN, Gilbert et ali: A aventura da reportagem. 2ª edição. São Paulo: Summus Editorial, 1990.

FRASER BOND, F. Introducción al Periodismo. 2ª ed. México: Editorial Limusa-Wiley, S.A., 1969.

GUIMARÃES, Lúcia. Manual do repórter. O Estado de S. Paulo. São Paulo, 3 de maio de 2009. Caderno 2 Cultura, p. 1-2.

LIMA, Edvaldo Pereira. Páginas ampliadas: o livro-reportagem como extensão do jornalismo e da literatura. São Paulo: Manole, 2004.

LE GOFF, Jacques. O maravilhoso e o cotidiano no ocidente medieval. Rio de Janeiro: Edições 70, 1983.

MEDINA, Cremilda. O signo da relação: comunicação e pedagogia dos afetos. São Paulo: Paulus, 2006.

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

MONTAIGNE, Michel. Ensaio. Livro II. São Paulo: Martins Fontes, 2002.

ROSS, Line. L`écriture de presse. L'art d'informer. Québec: Gaetan Morin editeur, 1990.

SOUSA, Jorge Pedro. Tobias Peucer: Progenitor da Teoria do Jornalismo. In: Revista Estudos em Jornalismo e Mídia. UFSC, v.1, n.2, 2004.

TRAQUINA, Nelson. Teorias do jornalismo: a tribo jornalística / uma comunidade interpretativa internacional. 2.ed. Florianópolis: Insular, 2008.