

O papel do jornal na sala de aula

*Celso Luiz Falaschi **

O uso de jornais em salas de aula, embora ainda não disseminado, não é mais uma novidade no panorama educacional brasileiro. Muitas das iniciativas dessa área partem das empresas jornalísticas, que adotam esse modelo para formar leitores de jornais do futuro. Mas há também iniciativas de secretarias de educação municipais, que apostam nessa iniciativa como forma de estimular seus alunos a um maior contato com a realidade sócio-político-econômica e com isso neles desenvolver a capacidade de reflexão sobre o cotidiano e os conteúdos programáticos de diferentes disciplinas.

No entanto, cabe, aqui, uma reflexão sobre as duas propostas, que têm por objetivo último desenvolver o hábito e o gosto pela leitura. Para iniciarmos esta reflexão, cabe uma pergunta:

Os jornais brasileiros, como se apresentam em termos conteúdísticos, estão aptos a despertar o gosto pela leitura em crianças e adolescentes?

Partimos da hipótese de que nossos jornais não estão prontos para esse papel. E apresentamos algumas justificativas:

- 1) – Crianças em fase de alfabetização conseguem entender o código lingüístico impresso em nossos jornais?
- 2) – Adolescentes em fase de transição conseguem ser captados pelas mensagens impressas nesses veículos de comunicação, num mundo em que a imagem é o que movimenta suas vidas, via televisão, computadores e jogos eletrônicos?
- 3) – Jovens, adultos e idosos que trocaram as carteiras escolares pelo trabalho no período adequado de suas vidas conseguem decifrar a linguagem dessa mídia?

Em nossa experiência educacional temos a mesma resposta para estas três pertinentes questões: NÃO!

Nossos jornais, com raríssimas exceções, não têm projetos editoriais que apaixonem leitores de qualquer idade. Primeiro, porque a linguagem contida em suas páginas está muito mais para a formal do que para a coloquial, o que dificulta o entendimento daqueles que estão em processo de aprendizagem. Segundo, porque os atores sociais presentes em notícias e reportagens, embora importantes nas funções que exercem nas diferentes esferas, não fazem parte do universo dessas crianças, jovens, adultos e idosos em fase de alfabetização e letramento. Isto significa que os jornais falam de um mundo externo a essas camadas e raramente mostram os valores nelas presentes, já que, quando retratam esse universo, geralmente o fazem focando aspectos espetacularizantes decorrentes de ações de vandalismo, acidentes e crimes.

Portanto, se nossos jornais, de um modo geral, mas não generalizante, não cumprem o papel de despertar o interesse pela leitura de suas próprias páginas, o que fazer para reverter esse quadro?

A resposta básica é uma só: sem perder o referencial lingüístico, importante elemento de identidade nacional, é preciso mudar a linguagem de notícias e reportagens. E uma das estratégias é a adoção de um outro modelo de linguagem jornalística, no Brasil conhecida como “Jornalismo Literário”, e nos Estados Unidos definida pela Fundação Nieman, da Universidade de Harvard, como “Jornalismo Narrativo”.

Significa então que os jornais devem falar mais de livros, literatura e escritores? Como tema de notícias e reportagens, sim, mas no tocante ao estilo, a resposta é não, pois, se nossos jornais continuarem a adotar o modelo vigente, conhecido como “convencional”, “objetivo” ou “piramidal”, de nada vai adiantar.

O que é necessário é mudar a maneira de redigir notícias e reportagens, emprestando os recursos que fazem de contos, novelas e romances leituras verdadeiramente apaixonantes. Não se trata, aqui, é bom que se ressalve, de levar a ficção para as páginas de jornais. Porque Jornalismo Literário continua sendo o retrato da vida real, o retrato daquilo que acontece no cotidiano, com todas as doses de veracidade, factualidade e atualidade. O que precisa mudar é a roupagem, isto é, a maneira como os relatos jornalísticos é redigida, daí que utilizar os recursos expositivos, narrativos e descritivos, *com estilo*, é a saída que apontamos para que nossos jornais se tornem mais atraentes para diferentes públicos.

Algumas pesquisas apontam nesse sentido. Nos Estados Unidos e Canadá, está provado que jornais que investem em Jornalismo Narrativo têm maiores índices de vendagem do que aqueles que ficam restritos ao Jornalismo Convencional. Por lá, as pesquisas envolveram jornais de pequeno, médio e grande portes e mais de 300 mil leitores. No Brasil, onde não existe tradição de investigação nessa área, pudemos desenvolver, em nossa tese de doutorado, uma pesquisa para identificar a eventual produção de Jornalismo Literário em 11 dos maiores jornais brasileiros em termos de circulação média diária: Folha de S. Paulo, O Globo, O Estado de S. Paulo, O Dia, Jornal do Brasil, Zero Hora, Correio do Povo, O Estado de Minas, Gazeta do Povo, Lance e Correio Braziliense.

A constatação foi de que essa prática de Jornalismo Narrativo, que apaixona leitores pela maneira como as histórias da vida real é contada, é ainda muito incipiente. Dos 11 veículos de comunicação, apenas Correio Braziliense (de Brasília) e Zero Hora (de Porto Alegre) têm espaço diário para reportagens narrativas. Em O Estado de S. Paulo a ocorrência desse tipo de texto é um a cada dois dias, sempre considerando a média comparativa do período analisado no ano de 2005. Outras ocorrências aparecem esporadicamente em O Globo, O Dia e Folha de S. Paulo.

Outras pesquisas desenvolvidas por alunos do Curso de Pós-Graduação em Jornalismo Literário da Academia Brasileira de Educação e Jornalismo Literário (www.abjl.org.br) mostram que essa prática vem se tornando mais freqüente, embora ainda não de forma habitual, também em jornais de outros centros, como em O Popular, de Goiânia, e Correio Popular, de Campinas.

Todavia, gostaríamos, aqui, de ressaltar que é preciso algo mais para que os jornais se transformem em ferramenta adequada de ensino. Se de um lado é preciso que os jornais invistam na alteração da linguagem, como já vimos, é preciso, também, que os

professores de Língua Portuguesa, História, Geografia e Artes, principalmente, saibam o que é um jornal!

Porque, ao contrário do que muitos pensam, e pior, praticam e multiplicam, jornal não é um amontoado de folhas de papel que ao fim do dia vão forrar as gaiolas de passarinhos ou as camas de gatos e cachorros.

Jornal é um produto de comunicação. Já foi alçado ao status de quarto poder, aquele que fiscaliza os outros três e, portanto deve ser imparcial. E como produto de comunicação, o jornal é um produto ideológico, que se divide em editorias (Política, Economia, Esportes, Cultura, Opinião, etc.) que abrigam notas, notícias, reportagens, colunas, artigos e editoriais. E esses gêneros jornalísticos precisam ser compreendidos pelos professores – para que saibam ensinar seus alunos – em termos do conteúdo que professam:

- . se apenas informam.
- . se informam e explicam;
- . se informam, explicam e opinam;
- . se explicam e opinam;
- . se informam e opinam ou
- . somente opinam.

Porque é na compreensão desse mecanismo conteudístico que conseguirão entender as relações de poder, os papéis sociais, as causas e as conseqüências dos fenômenos sociais diariamente descritos pelos jornais.

Assim, defendemos não só a adoção do Jornalismo Literário como forma de apaixonar os novos leitores de jornais, e assim obter deles a tão esperada fidelidade, como insistimos na necessária capacitação dos professores que utilizarão esse veículo como ferramenta pedagógica.

Assim, quem sabe, teremos não somente leitores críticos de jornais, mas, principalmente, cidadãos críticos, aptos a refletir e a decidir o seu futuro e o das novas gerações.

** Jornalista, Mestre em Educação e Doutor em Criatividade. Presidente da Academia Brasileira de Educação e Jornalismo Literário.*