

A PERSONAGEM COMO ESTRATÉGIA DE IMERSÃO EM REPORTAGENS

Ana Teresa Peixinho

Universidade de Coimbra / CEIS20

Inês Fonseca Marques

Universidade de Coimbra

Resumo

Pretende, aqui, refletir-se sobre o papel da personagem num dos grandes géneros do jornalismo: a reportagem. Partindo de um quadro epistemológico delimitado pelos *media studies* e pelos estudos narrativos, ensaia-se uma abordagem ao estatuto paraficcional desta categoria narrativa em textos jornalísticos, tentando perceber de que forma a sua construção permite, por um lado, humanizar a história e, por outro, convidar o leitor a imergir no acontecimento.

Minutos após os atentados de Paris, no passado mês de novembro, as redes sociais começaram a ser invadidas por um caudal de informação, a que os *media* de informação rapidamente se ligaram, começando a acompanhar a evolução dos factos, aproveitando muito do que no Facebook e no Twitter se ia publicando.

Depois de alguns dias de distanciamento, percebe-se que o jornalista profissional tem um papel determinante na construção social do acontecimento, não só conferindo-lhe alguma espessura narrativa, mas sobretudo no modo como modela e constrói a sua memória futura. Nesse sentido, além de ‘curador do real’, o jornalista assume hoje, mais do que nunca, uma função crucial que passa já não pelo monopólio da informação, mas pela sua organização, triagem e significação.

Propõe-se uma análise narrativa de três reportagens de três órgãos de comunicação generalistas portugueses – a *Revista E* (Expresso), o *Público* e o *Observador* – que permitirá constatar que, no rescaldo dos atentados, a notícia ‘ao minuto’ é progressivamente substituída por um investimento narrativo. Esse investimento traduz-se, sobretudo, na aposta numa das categorias centrais da narrativa: a construção de personagens, contributo essencial para a construção de histórias de interesse humano.

As questões que norteiam este estudo são essencialmente estas: i) como são figuradas estas personagens? ii) será que esta estratégia de humanização não contribuirá para

matizar as dimensões política, económica, social e cultural do acontecimento? iii) qual a memória futura que estas histórias constroem?

Palavras chave: Personagem, narrativa, reportagem, figuração, humanização, imersão

1. Palavras prévias

Minutos após os atentados ocorridos no centro de Paris, em novembro de 2015, as redes sociais começaram imediatamente a ser invadidas por um caudal de informação, desorganizada, caótica, múltipla, fragmentária, dando conta, *quase* em tempo real, da evolução dos acontecimentos. Fotografias, pequenos vídeos caseiros, *posts* iam dando conta de informações de última hora, de testemunhos vívidos e emocionados de quem, direta ou indiretamente, vivenciara o acontecimento. O mundo ficava a conhecer o que ocorria no centro da Europa ocidental, sem mesmo ter tempo de perceber a nitidez dos contornos do acontecimento e muito menos a sua explicação ou as suas causas. Rapidamente, os *media* de informação, nomeadamente os jornais digitais e as televisões, se ligaram a esse fluxo informativo e começaram a acompanhar a evolução dos factos, aproveitando, em muitos casos, o que no Facebook e no Twitter se ia publicando ou contactando diretamente os autores de *posts* e *twitts* que, no local, davam vivo testemunho do desenrolar da “tragédia”.

Num mundo mediatizado como o de hoje, não poderia ter sido de outra forma: se, hoje em dia, qualquer cidadão traz consigo instrumentos e ferramentas que facilmente lhe permitem ser o ‘repórter do momento’, em que a própria audiência é, simultaneamente, espectadora ansiosa e protagonista dos acontecimentos, os atentados de 13 de novembro tinham de ser pulverizados deste modo. Esta explosão informativa e o modo como, a partir daqui, tudo se começou a processar na rede, vêm confirmar a tese de Mark Deuze, segundo a qual, hoje *vivemos nos media*, ou seja, nada na nossa vida pública pode ser equacionado fora deles: não só porque todos os anos aumenta o número de pessoas que passam mais tempo com (n)os *media*, mas sobretudo porque a tecnologia se está a tornar uma espécie de humanidade (Deuze, 2012).

Contudo, passados alguns dias, percebe-se que o jornalista profissional tem um papel determinante na construção social do acontecimento, não só lhe conferindo alguma

espessura narrativa, mas sobretudo no modo como modela e constrói a sua memória futura. Aliás, indo contra algumas vozes mais cétricas, a atual diretora do jornal *Público*, Bárbara Reis, publicou, há um ano, um interessante texto sobre as virtudes do jornalismo do tempo presente, nomeadamente o jornalismo na *web*. Segundo ela, a *web* proporciona ao jornalismo e aos jornalistas um conjunto de ferramentas e de possibilidades que a levam a acreditar no futuro da profissão. Uma dessas potencialidades é precisamente o grau de aprofundamento das questões:

Com o digital, o jornalismo ganhou novas ferramentas que ajudam a compreender melhor a realidade e aproximam — como um íman — os leitores dos temas relevantes: o *data journalism*, o vídeo, as infografias interactivas animadas, o *live blogging*, o multimédia que junta tudo e enriquece os conteúdos. Hoje conseguimos tratar temas com uma profundidade que há dez ou 15 anos só se conseguia ao nível das universidades. Isso obriga-nos a ser mais criativos (Reis, 2015: 2)

Surgem, então, as primeiras reportagens na imprensa portuguesa sobre o assunto: no rescaldo dos atentados de Paris, a notícia ‘ao minuto’, promovida pelas redes sociais, pelos diretos televisivos e pelas notícias *online*, vai sendo progressivamente substituída por um investimento narrativo de maior fôlego que se traduz, sobretudo, na aposta em uma das categorias centrais da narrativa: a construção de personagens. No caso, personagens-testemunho, que, através de relatos de primeira pessoa, dão conta da sua experiência do acontecimento, contribuindo para a construção de histórias de interesse humano⁴¹.

Nesse sentido, além de ‘curador do real’, o jornalista assume hoje, mais do que nunca, uma função crucial que passa já não pelo monopólio da informação mas pela sua organização, triagem e significação. Num contexto em que muito se discute o “futuro ameaçado” da profissão, em que permanentemente se equaciona a função do jornalista no novo “ecossistema mediático”, parece, ao contrário de algumas vozes, que o seu papel é preponderante e, dir-se-á mesmo, mais imprescindível do que nunca. Veja-se, por exemplo, o novo paradigma introduzido nos *media* portugueses por um jornal como o *Observador*, nativo digital, que inovou em diversos aspetos e com um sucesso assinalável:

⁴¹ Adiante retomar-se-á este conceito, explicando-o e problematizando-o.

It also seems relevant to us that these "innovations", enhanced by the network and by new technologies, are the result of an interesting recycling of old traditions that we can find in the early days of journalism history, including the space occupied by the opinion, the recovery of the proximity relationship of epistolarity, the reinvention of the *agenda setting* in the described manner, and above all the reinvention of the *gatekeeping* function (Santos e Peixinho, 2016: 10).

Nesta comunicação, pretende refletir-se sobre o funcionamento e a configuração da personagem num dos géneros de excelência do jornalismo: a reportagem. Partindo de um quadro epistemológico delimitado pelos *media studies* e pelos estudos narrativos, ensaia-se uma abordagem ao estatuto paraficcional desta categoria narrativa em textos jornalísticos, tentando perceber de que forma a sua construção permite ao jornalista uma determinada construção social da realidade, distinta daquela que é feita ao minuto na rede, humanizando, por um lado, a sua história e, por outro, tornando-a mais atrativa para o leitor / usuário. Assim, esta abordagem assenta em três questões: i) como são figuradas estas personagens?; ii) será que esta estratégia de humanização não contribuirá para matizar as dimensões política, económica, social e cultural do acontecimento?; iii) qual a memória futura que estas histórias constroem?. A resposta a estas questões será dada através de uma leitura do pequeno *corpus* que servirá de ilustração à presente reflexão: um conjunto de três reportagens, publicadas em três órgãos de comunicação generalistas portugueses – a *Revista E (Expresso)*, o *Público* e o *Observador* –, cuja análise narrativa se desenvolverá.

A análise ao *corpus* restringe-se apenas à categoria narrativa que aqui se trabalha: a personagem. Escolheram-se sete categorias de análise, que permitem perceber a construção e a figuração das personagens em causa. No total, como ilustram os gráficos anexos, identificaram-se 16 personagens nestas três reportagens, distribuídas de modo aproximadamente homogéneo pelos três textos. Todas foram analisadas em termos de: i) tipologia (coletiva ou individual); ii) tipificação (tipo ou não-tipo); iii) discurso (direto, indireto ou ausente); iv) caracterização (direta, indireta ou mista); v) categorização (que permite perceber o perfil construído para a identificação das figuras); vi) lexicalização (que permite verificar, ao nível discursivo, como são abordadas semanticamente as personagens); vii) transitividade (outra categoria da análise do discurso que estabelece

uma relação entre personagem e ação narrativa, permitindo perceber o tipo de papéis desempenhados).

2. Personagens-testemunho: efeito de proximidade

Falar em personagem quando nos referimos às narrativas jornalísticas é quase um paradoxo: se personagem é uma figura construída no âmbito dos mundos possíveis da ficção, precisamente por oposição a *persona*, na narrativa jornalística ela não deve à partida ter lugar, pois que se trata de uma narrativa factual, cujos atores são pessoas com existência empírica, de carne e osso, com estatuto ontológico. Contudo, se se entender a personagem como um “ser de papel”, para usar a metáfora barthesiana, como um ser construído no âmbito de uma história, também o jornalismo, nomeadamente nos seus dois principais géneros narrativos – a notícia e a reportagem – constrói personagens. Aliás, e as reportagens que aqui se analisam ilustram-no, esta é a categoria que possibilita uma clara estratégia de veridicção⁴² que concorre para um efeito de real⁴³ necessário à credibilização das histórias. Parte-se do princípio das teorias construtivistas, segundo as quais o jornalismo é um dos grandes responsáveis pela construção da realidade, precisamente por um conjunto de aspetos, de ordem estilística, textual, deontológica e retórica, que o tornam credível e legítimo na esfera pública, para transformar em narrativas o amplo campo da fenomenologia social, isto é, porque o jornalista seleciona do real aquilo que vai narrativizar, recorrendo, para isso, à linguagem – que, só por si, não é neutra (Traquina, 2007: 94-95) –, o produto do seu trabalho será sempre uma construção. Para citar uma das autoras que há já algumas décadas defendeu esta perspetiva, o que acontece é que “no processo de descrição de um acontecimento, as notícias definem e moldam esse acontecimento” (Tuchman, 2002: 92), condicionando o conhecimento público acerca dele, isto é, “providenciam esquemas mentais e formas de moldar os nossos modos de perceber, conhecer e acreditar” (Peixinho, 2012: 185). Se,

⁴² Vericção é um termo utilizado por Greimas e Courtès para nomear o conjunto de estratégias epistémicas utilizadas na cadeia comunicacional, tanto ao nível da instância enunciativa como ao nível da receção, com vista à transmissão da verdade: “El enunciador ya no es considerado productor de discursos verdaderos, sino de discursos que producen un efecto de sentido de “verdad”: desde este punto de vista, la producción de la verdad corresponde al ejercicio de un hacer cognoscitivo particular, el *hacer parecer verdad*, que puede ser denominado, sin ningún matiz peyorativo, hacer persuasivo.” (Greimas, 1982: 433).

⁴³ O efeito de real, inicialmente abordado por Roland Barthes no romance realista, é aqui, neste contexto, muito útil, pois que também as narrativas construídas pelo jornalismo carecem de estratégias de natureza textual e discursiva que alicercem a sua credibilização e factualidade (Rebelo, 2009; Mouillaud e Têtu, 1989).

como explica Van Dijk, a imprensa (leia-se os *media*) não dita o que público pensa, nem condiciona a sua ação, ela é definitivamente responsável por impor sobre o que pensar e refletir (Van Dijk, 2005: 74).

Além disso, não nos esqueçamos de que os “os conteúdos jornalísticos comungam de uma dupla realidade que resulta do facto de eles poderem ser, simultaneamente, entendidos como um bem comum e/ou um produto comercial” (Camponez, 2009: 323), isto é, os órgãos de comunicação social são empresas, muitas vezes pertencentes a grandes consórcios, o que faz com que necessitem de conquistar público, pois só assim atrairão investidores e conseguirão obter lucros. Deste modo, as histórias publicadas pelos *media* de informação no contexto atual necessitam de se afirmar pela diferença para atrair leitores, o que poderá ser feito por via do investimento em novos ângulos de abordagem. Como vimos, o domínio das redes sociais e o processo de democratização de acesso à informação a elas inerente exigem que o jornalismo saiba chegar aos seus leitores / espectadores, de modo a impor-se como útil e necessário⁴⁴. Para o conseguir, o jornalista deve transformar as suas notícias e reportagens em histórias de vida, que dialoguem com o público, que o convidem a acompanhar sob ângulos diferentes os acontecimentos. Bryan Alexander, numa obra que funciona, em parte, como guia prático para a aplicação destas técnicas no ambiente digital, parte do princípio de que “para uma história se relacionar com a audiência, ela deve representar alguma coisa reconhecível para a vida” (Alexander, 2011: 11), nomeadamente, as pessoas:

muitas histórias digitais representam uma ou mais personagens, sejam ficcionais ou históricas. Essas representações estão muitas vezes na primeira ou na terceira pessoa, biográficas ou autobiográficas. [...] Todos os *media* podem ser mobilizados para suportar a personagem (Alexander, 2011: 41).

A defesa da aplicação do *storytelling* ao jornalismo passa também, portanto, pelo

⁴⁴ Citando, uma vez mais, Bárbara Reis: O jornalismo hoje é mais exigente porque o digital tornou a informação disponível em todo o lado e a toda a hora. Se quer ser relevante e útil neste tempo, o jornalismo tem de dar respostas com rigor e profundidade de forma ininterrupta. Tem de ser distintivo em relação à concorrência directa (a famosa “*real comparative advantage*”) e às redes sociais, blogues e sites como o Tá Bonito, o 12.º mais visitado em Portugal, acima do *Expresso* ou da RTP. Mais do que nunca o jornalismo tem de mostrar que vale a pena. O leitor, quando escolhe ler um jornal (em vez de outro) e quando visita um *site* (em vez de outro), tem de sentir que o seu tempo foi bem gasto (Reis, 2015: 1).

incentivo ao investimento nas personagens, até enquanto elemento diferenciador dos textos: “no lugar de noticiar o que todos os veículos já noticiaram, são escolhidos ângulos desenvolvidos sobre história de personagens” (Cunha e Mantello, 2014: 65), não se pretendendo, com isso, “tirar os relatos jornalísticos do campo noticioso e reclassificá-los na literatura” (Cunha e Mantello, 2014: 60).

Nas três reportagens em análise, pode verificar-se pelo cotejo dos gráficos em anexo, que, do ponto de vista da construção e composição das figuras, há um claro domínio de: i) personagens individuais de dimensão típica, ou seja, personagens com capacidade representativa de grupos sociais; ii) do discurso direto, dando-se preferência à fala das personagens que vai sendo disseminada no interior do discurso do jornalista; iii) do privilégio de certos atributos individualizantes, como o nome, a profissão e a nacionalidade; iv) da preferência por processos de caracterização mista (tal como numa narrativa ficcional).

Estas escolhas contribuem claramente para a construção de figuras que se adequam ao enquadramento narrativo em que surgem: histórias que pretendem descrever fragmentos da vida parisiense, violentamente atingida pelos atentados. Nos três casos, o discurso do jornalista é secundarizado, dando-se primazia à voz de quem viveu e experienciou, tornando a narrativa mais realista e mais próxima, quer dos leitores, quer dos acontecimentos. A dimensão típica das personagens entrevistadas ou descritas, embora seja um procedimento característico da construção da personagem jornalística⁴⁵, pretende, nos três casos, o esboço do contexto social, dando, de modo vívido, a noção de mosaico multicultural da sociedade parisiense: várias nacionalidades, diversos credos religiosos, variadas profissões. Todas elas funcionam como testemunhos de um modo de vida, de uma sociedade e de uma civilização que foi violentamente agredida. A construção dos títulos de duas destas histórias são expressivos e parecem confirmar esta estratégia: o título do *Expresso* – “Paris já não mora aqui” – e o do *Observador* – “Geração Bataclan: presa entre o medo e a bravura de viver a vida como Paris manda” – pelo recurso a diversos dispositivos estilísticos deixam perceber o caráter modelar das histórias e das personagens que as povoam.

Por outro lado, cruzando-se estas estratégias compositivas com a dimensão da semântica da personagem (que pode ser observada no gráfico 6: Lexicalização), percebe-se que a

⁴⁵ A este respeito, veja-se artigo de Mário Mesquita (Mesquita, 2003: 123-140).

maioria destas pessoas / figuras são descritas em termos de resistência e de vitimização, assumindo, quanto aos processos de transitividade, processos verbais, relacionais e mentais (veja-se gráfico 7: Transitividade). Por contraste, dois pequenos grupos de personagens coletivas – as forças de segurança e os porteiros portugueses – são os únicos a liderar processos materiais, naquilo que se considera ser um esboço de heroicização destes coletivos.

Embora as teorias estruturalistas de Propp e Greimas tenham, há algumas décadas, sido ultrapassadas, não parece despropositado, à luz destas conclusões preliminares, afirmar que estas reportagens replicam algumas lógicas funcionais básicas de enredos narrativos pré-formatados: indivíduos, sujeitos a uma força exterior que os submete a provação radical, e que contam com algumas forças adjuvantes que os auxiliam na superação dos obstáculos. Veja-se, a título de exemplo, a reportagem publicada no *Observador*: aqui, a narrativa é focalizada numa história individual de uma música polaca a viver em Paris há dezoito anos, cuja história na primeira pessoa evolui precisamente na lógica linear acima referida. Primeiro descreve-se o estado inicial da figura – num primeiro encontro amoroso –, em seguida, os atentados alteram inesperadamente a situação e fazem a personagem passar por um conjunto de desafios e apuros; finalmente, tudo se restabelece graças aos valores da geração boémia parisiense, representada por esta figura e presente no título metafórico da reportagem – “Geração Bataclan: presa entre o medo e a bravura de viver a vida como Paris manda”. Neste texto, Aldona, a protagonista, é figurada com recurso a um conjunto de instrumentos retórico-narrativos provenientes das narrativas literárias, projetando-se uma imagem da personagem capaz de suscitar no leitor um conjunto de sentidos configuradores do modo de vida parisiense, abalado pelos atentados.

3. *Persona* / personagem: figuração do real

É da dualidade entre factualidade e ficcionalidade que advém a dificuldade em se considerarem personagens as pessoas de que o jornalismo, enquanto narrativa do real, nos fala. Fottis Jannidis, ao definir a personagem, apresenta-a, enquanto participante num mundo diegético, “em contraste com as ‘pessoas’”, sendo estas entendidas como os “indivíduos do mundo real” (Jannidis, 2009: 14). Porém, ao seleccionar factos do mundo real para transformar em texto, o jornalista está a operar uma construção e, por isso, a

nosso ver, a criar um mundo diegético que irá povoar com figuras, embora saibamos, à partida, que elas têm um referente no mundo real.

Não queremos com isto dizer, portanto, que, ao textualizar a realidade, o jornalismo a ficcionalize, manipule ou a distorça. Contudo, o discurso jornalístico, precisamente pela sua potencial narratividade, decorre de um processo de semantização do real⁴⁶, através do qual assume o papel de mediação: organiza o mundo, permite a partilha de experiências, através da produção e reprodução de formas simbólicas, configura a prática social e dita, se não o como, pelo menos aquilo em que pensamos, moldando os nossos critérios de relevância.⁴⁷

Se todo o texto é uma construção semiótica, também a figuração dos indivíduos que o povoam é fruto de procedimentos narrativos e discursivos, implicando uma construção específica, feita quer em função de códigos societais, quer no respeito pelos códigos de género discursivo ou textual⁴⁸. Isto é verdade, tanto para os textos ficcionais, como para os factuais, de que o jornalismo é exemplo. Contudo, se a Literatura goza de um estatuto de liberdade que não a obriga à referencialidade, o jornalismo tem no seu ADN um compromisso com a ‘verdade’, ou seja, ao contrário do que acontece na ficção, a existência – presente ou passada – é propriedade intrínseca da personagem jornalística. A este propósito, lembra Mário Mesquita que,

se na perspetiva do romancista ou do novelista é indiferente ou irrelevante a questão da correspondência entre a personalidade e a personagem, para o jornalista esse elo é fundamental. A personagem jornalística ‘representa’ idealmente um ser humano, identificado, com ‘existência real’ (Mesquita, 2004: 134).

⁴⁶ Cf. Charaudeau, 1997.

⁴⁷ A este respeito, João Carlos Correia explica que os *media* “ganham uma dimensão importantíssima no que respeita ao estabelecimento de um significado comum e intersubjetivo acerca da vida quotidiana”, adiantando que “esta influência se exerce sobretudo ao nível da relevância relativa aos temas em debate” (Correia, 1995: 9).

⁴⁸ Num texto sobre em que aborda as notícias televisivas como narrativas, Anne Dunn reflete sobre os valores que permitem oferecer à audiência a aparência do real e a associação da peça jornalística a valores como a verdade, a seriedade, a autoridade e a proximidade. Segundo esta autora, sendo os textos jornalísticos (*latu sensu*) uma forma privilegiada de mediação da realidade, eles são um produto do cruzamento do código visual, do código sonoro, da estrutura narrativa, dos valores-notícia e dos critérios de noticiabilidade – estes dois últimos essenciais para o processo de seleção dos aspetos do real que merecem tratamento jornalístico. Contudo, esta seleção é também condicionada pelo contexto socioeconómico em que está inserido o órgão de comunicação social (Dunn, 2005: 142).

É, portanto, dos binómios facto/ficção, verdade/verosimilhança e pessoa/personagem que emana o cariz complexo e ambíguo da personagem jornalística: se ela deve um respeito ontológico à figura factual que representa, também se afirma sempre por processos de construção, que envolvem um conjunto de procedimentos retórico-discursivos comuns à narrativa ficcional. Acontece, pois, que, no jornalismo, as personagens têm sempre um referente no mundo real, “por outras palavras, têm a possibilidade de serem existentes (...) ou de terem existido” (Eco, 2012: 77), o que pode gerar equívocos na interpretação, se não soubermos claramente, à partida, se estamos perante textos factuais ou ficcionais.

Nas narrativas factuais, como as do jornalismo, aquilo a que o público tem acesso acerca das figuras públicas e o conhecimento que possui sobre essas pessoas quase nunca é direto, nem pessoal, mas sim fruto da informação que lhe chega através dos *media*. Deste modo, dos indivíduos que habitam o mundo real, apenas conhecemos as características que, de acordo com os seus interesses, o autor escolheu mencionar no seu texto. Lembra Helen Fulton que os indivíduos representados no texto jornalístico são figurados com recurso aos mesmos mecanismos usados para criar personagens ficcionais (Fulton, 2005: 237). Esta duplicidade é, na opinião de Ralf Schneider, absolutamente vital para se captar a essência da personagem, que vive na confluência de um conjunto de informações textuais e do papel proativo da leitura, processo dinâmico fundamentado em modelos cognitivos, sociocognitivos e emotivos (Schneider, 2001: 608).

Deste modo, tal como caracterizamos uma personagem ficcional de acordo com os traços que o seu autor lhe atribui, também caracterizamos os atores sociais que as narrativas jornalísticas nos apresentam apenas de acordo com o que delas nos é dito. Assinala Umberto Eco (Eco, 2012: 69) que

as personagens ficcionais são *insuficientemente determinadas* – isto é, conhecemos poucas propriedades suas – ao passo que os indivíduos reais são *completamente determinados* e deveríamos conseguir afirmar cada um dos seus atributos conhecidos. No entanto, embora isto seja verdade de um ponto de vista ontológico, de um ponto de vista epistemológico, é exatamente o contrário [...].

Construir personagens jornalísticas é, portanto, uma enorme responsabilidade, pois, na maioria dos casos, são eles as únicas fontes de conhecimento que o público tem ao seu dispor. A respeito de figuras como as de Barack Obama ou Bill Clinton comenta Marc Lits :

“(…) il faut cependant admettre que la quasi-totalité des téléspectateurs et lecteurs de journaux ne découvrent ces deux personnes, éminemment médiatisées, que par les récits de presse qui les présentent à l’attention de l’opinion (…) Et ceux-ci construisent un personnage selon les critères de vraisemblance, souvent suggérés par les services de communication des hommes politiques en questions.” (Lits, 2008: 144).

O que acontece no jornalismo é, pois, que o autor das peças tem sempre um objetivo específico ao colocar determinado ator no texto, logo, apenas lhe atribuirá os traços de personalidade que o sirvam. Deste modo, assiste-se, na maior parte dos textos jornalísticos, a um processo simplificado de figuração, em que se associam às personagens atributos sociais, pessoais e a ações funcionais que levem à rápida identificação e, muitas vezes, à estereotipia. Isto explica-se, segundo Mário Mesquita (2004), pelos fatores que afetam a produção noticiosa: por um lado, a urgência de atualidade – que dita a velocidade de produção; por outro lado, a necessidade de adaptarem os seus discursos a um público massificado e heterogêneo – o que impõe a eficácia narrativa em detrimento do aprofundamento das questões.

4. Conclusões

Retomando as três questões lançadas no início deste texto, é chegado o momento de tentar algumas respostas conclusivas. Tendo em consideração os resultados da análise e as teorias da personagem que convocámos, parece ser claro que as reportagens cuja leitura se propôs revelam uma clara propensão para dar protagonismo a figuras. Também ficou explicitado que estas personagens, pese embora a sua dimensão ontológica, resultam de procedimentos narrativos e discursivos – também utilizados em narrativas ficcionais – que

permitem a sua figuração⁴⁹. Sublinhe-se, uma vez mais, que não está aqui em causa um leitura ficcionada de narrativas factuais, tão só a constatação de que qualquer figura é produto de um trabalho textual e discursivo, não tendo imediata correspondência com as pessoas reais que protagonizam os acontecimentos.

Através delas, pretendem os jornalistas chegar mais perto do leitor, oferecendo uma visão mais humana dos acontecimentos. Tal como sucede nas chamadas *human interest stories*, cujo conceito Helen Fulton problematiza⁵⁰, estas reportagens promovem uma leitura pessoal e afetiva dos acontecimentos, utilizando as personagens como meios de identificação com os leitores, que nelas projetam medos, receios, desejos. Como salienta Jeder, a personagem é a categoria da narrativa responsável pelos processos de identificação, induzindo sentimentos e reações emotivas nos leitores (Jannidis, 2009).

Se a essência da reportagem reside precisamente na possibilidade de oferecer aos leitores ângulos diferenciados e aprofundados dos acontecimentos, o investimento na criação de personagens é uma das estratégias mais eficazes para possibilitar uma imersão mais conseguida, isto é, a absorção do leitor pelo conteúdo representado (Herman *et. al.*, 2010: 342). Convém ainda termos em mente que as três reportagens analisadas foram publicadas alguns dias após os atentados, o que significa que o público já tinha tido acesso a dezenas de notícias e de informação sobre o acontecimento, em que houve oportunidade de problematizar as suas dimensões política, económica, social e cultural. Deste modo, a construção narrativa das reportagens analisadas, em que é dado às personagens um lugar central, parece-nos permitir dar rosto a essas dimensões, mostrando as consequências diretas do acontecimento no quotidiano parisiense: “A finalidade do jornalismo não é definida pela tecnologia nem pelos jornalistas ou pelas técnicas que estes empregam, mas pela função que as notícias desempenham na vida das pessoas” (Kovach; Rosenstiel, 2004: 15).

Por outro lado, este processo de personalização pode acarretar alguns riscos, já que, em nenhum dos casos analisados, se procede a um aprofundamento das questões, ficando por fazer o enquadramento político e ideológico do acontecimento. É como se o

⁴⁹ Entende-se por figuração "um processo ou um conjunto de processos constitutivos de entidades ficcionais de feição antropomórfica, conduzindo à individualização de personagens em universos específicos, com os quais essas personagens interagem." (Reis, 2015: 121-122).

⁵⁰ "The strategy of individualization therefore a marker of news discourse, particularly 'soft' news and human interest stories, which invites us to understand events in the news through the perspective of individuals affected by those events." (Fulton, 2005: 238).

acontecimento principal passasse para segundo plano, dando lugar a histórias de vida, individuais e pessoais, nas quais as figuras narram na primeira pessoa as suas experiências e a sua visão do acontecimento. Se a reportagem é um género que convida à imersão, como atrás dissemos, estes textos que analisámos recorrem a evidentes instrumentos de ficcionalização que convidam à identificação do leitor, levando-o a mergulhar no quotidiano parisiense pós-atentados.

Bibliografia:

- Alexander, B. (2011), *The New Digital Storytelling. Creating Narratives with New Media*, Oxford: Praeger.
- Beam, R. A. & Meeks, L. (2011), “So many stories, so little time Economics, Technology, and the Changing Professional Environment for News Work”, in: Lowrey, W.; Gade, P. (Eds.), *Changing the News. The forces shaping journalism in uncertain time*, New York / London: Routledge, pp. 230-248.
- Bertocchi, D. (2006), *A narrativa jornalística no ciberespaço: transformações, conceitos e questões*, Tese de Mestrado em Ciências da Comunicação, Universidade do Minho.
- Camponéz, C. (2009), *Fundamentos de Deontologia do Jornalismo. A auto-regulação frustrada dos jornalistas portugueses (1974-2007)*, Coimbra: Universidade de Coimbra, in:
https://estudogeral.sib.uc.pt/bitstream/10316/12614/3/Tese_Carlos%20Camponez.pdf [última consulta em janeiro de 2015].
- Correia, J. C. (1995), “O poder do jornalismo e a mediatização do espaço público”, in: www.bocc.ubi.pt
- Charaudeau, P. (1997), *Le discours d’information médiatique. La construction du miroir social*, Paris: Nathan / Institut national de l’audiovisuel (coll. « Médias-Recherches »).
- Cunha, Karenine & Mantello, Paulo (2014), “Era uma vez a notícia: Storytelling como técnica de redação de textos jornalísticos”, *Revista Comunicação Midiática (online)*, BAURU/SP, v. 9, n. 2, São Paulo: Universidade Estadual Paulista, in:
<http://www.mundodigital.unesp.br/revista/index.php/comunicacaomidiatica/article/view/File/516/265> [última consulta em novembro de 2015]
- Deuze, M. (2012), *Media Life*, Cambridge: Polity.
- Dunn, A. (2005), “Television News as Narratives”, in: Fulton, H.; Huisman, R.; Murphet, J. e Dunn, A., *Narrative and Media*, Cambridge, New York, Melbourne, Madrid, Cape Town, Singapore, São Paulo: Cambridge University Press.

- Eco, Umberto (2012).,“Algumas afirmações sobre personagens ficcionais”, *Confissões de um jovem escritor. Conferências Richard Ellmann sobre Literatura Moderna*, Lisboa: Livros Horizonte.
- Fulton, H. *et alii* (Eds.) (2005), *Narrative and Media*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Fulton, H. (2005), “Print News as Narrative”, in: Fulton, H. *et al.* (eds), *Narrative and Media*, Cambridge: Cambridge University Press, pp. 218-244.
- Godinho, J. (2011), *As origens da reportagem: televisão*, Lisboa: Livros Horizonte.
- Greimas, A. J. e Courtès, J. (1982), *Semiótica. Dicionario razonado de la Teoria del Lenguaje*, Madrid: Editorial Gredos.
- Jannidis, F. (2009), “Character”, in: Jannidis, F. *et al.*, *Handbook of Narratology*, Nova Iorque / Berlim.
- Kovach, B. & Rosenstiel, T. (2004), *Os Elementos do Jornalismo – O que os profissionais do jornalismo devem saber e o público deve exigir*, Porto: Porto Editora.
- Lits, M. (2008), *Du récit au récit médiatique*, Bruxelles: De Boeck.
- Mesquita, M. (2004), “A personagem jornalística - da Narratologia à Deontologia”, *O quarto equívoco – o poder dos media na sociedade contemporânea*, 2ª Edição, Coimbra: Edições Minerva.
- Mouillaud, M. & Têtu, J-F. (1989). *Le Journal Quotidien*, Lyon: Presses Universitaires.
- Peixinho, A. T. (2012), “A narrativa como superação da crise”, in: Sá, A. F., Peixinho, A. T. e Camponez, C. (org.), *Aprofundar a Crise: Olhares Multidisciplinares*, Coimbra: Imprensa da Universidade de Coimbra.
- Rebelo, J. (2009), *O Discurso do Jornal*, Lisboa: Editorial Notícias.
- Reis, B. (2015), “Dantes é que o jornalismo era bom. A sério?”. In: <http://www.publico.pt/portugal/noticia/dantes-e-que-o-jornalismo-era-bom-a-serio-1687709> (Consultado em março de 2016).
- Reis, C. (2015), *Pessoas de livro: estudos sobre a personagem*, Coimbra: IUC.
- Ryan, M.-L. & Thon, J.N. (2014), *Storyworlds across media. Toward a media conscious narratology*, Lincoln / London: University of Nebraska Press.
- Santos, C. A. & Peixinho, A. T. (2016), “Newsletters and the return of epistolarity in digital media: The case of the Portuguese online newspaper *Observador*”, in: *Digital Journalism Studies* (no prelo).
- Traquina, N. (2007), “As teorias construtivistas”, *Jornalismo*, - : Quimera.
- Tuchman, G. (2002), “As notícias como uma realidade construída”, *Media e Jornalismo*, Lisboa: Centro de Investigação Media e Jornalismo.
- Valles Calatrava, J. (2008), *Teoría de la narrativa. Una perspectiva sistemática*, Madrid: Iberoamericana.

Anexos:

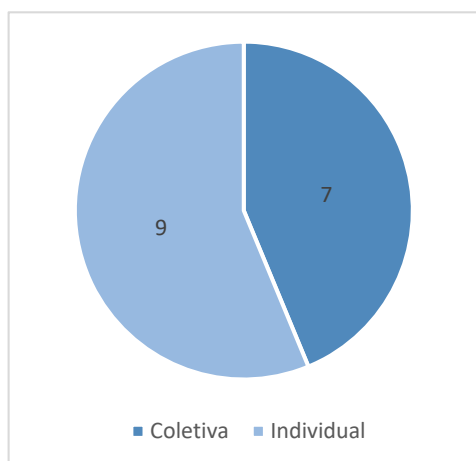


Gráfico 1: Tipologia de personagens

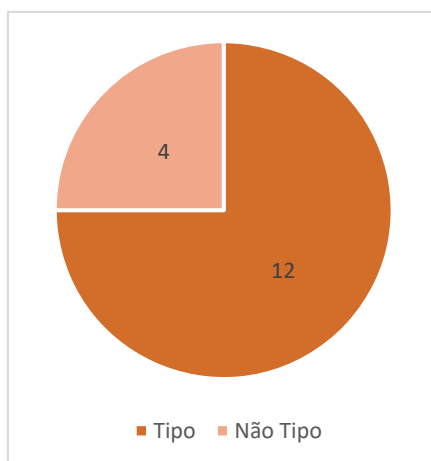


Gráfico 2: Tipificação

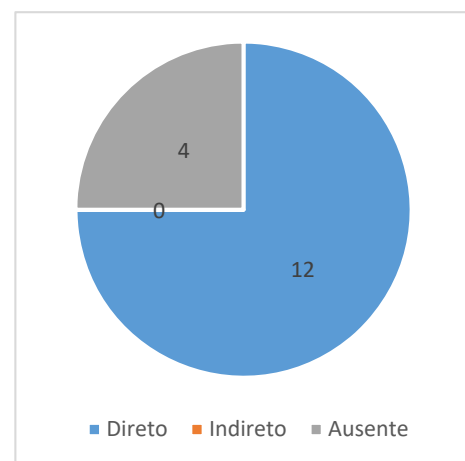


Gráfico 3: Discurso das personagens

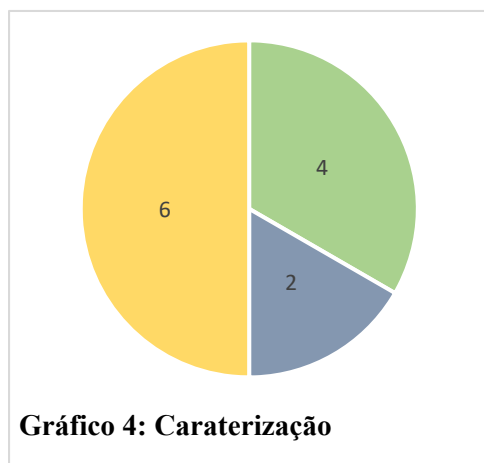


Gráfico 4: Caracterização

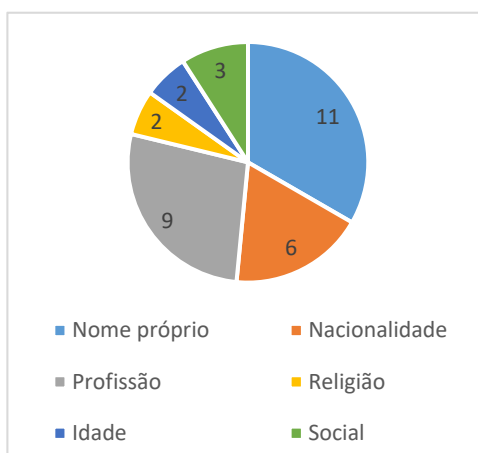


Gráfico 5: Categorização

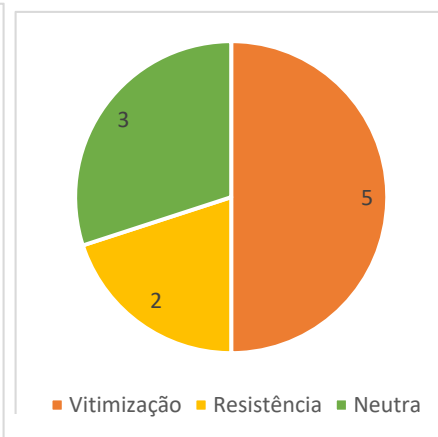


Gráfico 6: Lexicalização

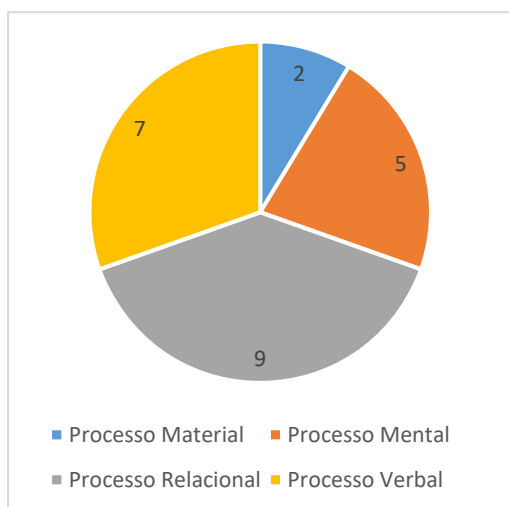


Gráfico 7: Transitividade