

História do Lead

E o lead, quem diria, foi parar na Grécia Antiga. Ou melhor, nasceu lá. Esta é a idéia que o professor de jornalismo da PUC - SP, Francisco José Karam, defende no texto abaixo. Para Karam, americanos e ingleses - que segundo os manuais seriam os criadores da técnica - foram buscar nos pensadores helenos a inspiração para o parágrafo que reúne as seis perguntas básicas. Acompanhe o raciocínio do professor e descubra quem fez o quê, quando, onde, como e por quê na história do lead.

A antigüidade greco-romana, o lead e a contemporânea narrativa jornalística

03/05/2007

Francisco José Karam*

A origem do lead, ao contrário do que consideram alguns manuais ou discursos, não é responsabilidade exclusiva do jornalismo norte-americano ou inglês. Não surge do acaso ou por um simples arbítrio na articulação do discurso. Certamente, a linguagem jornalística valeu-se (e aí entra a tradição inglesa e norte-americana do discurso jornalístico) da tradição greco-romana em relação ao uso das palavras e ao discurso claro e convincente. Oitenta anos antes da era cristã.

Em Roma, filósofos retomam a tradição grega da Retórica, entre eles o exímio orador Marco Túlio Cícero. Os retores, entre os quais Platão, Aristóteles e Protágoras (cerca de 400 anos antes da era cristã), na Grécia Antiga, já haviam consolidado a idéia de que o discurso deveria ser bem articulado e acessível às massas. A técnica (*technikós*) já representava a habilidade em fazer, a arte de fazer e, hoje, situa-se como o "conjunto de regras práticas ou procedimentos adotados em um ofício de modo a se obter os resultados visados"¹. A persuasão, que integra o processo de argumentação retórica, já envolvia um modelo de organização do discurso que expunha os fatos, os demonstrava e concluía.

No discurso, para os filósofos gregos e, posteriormente, para os filósofos, oradores e juristas romanos antigos, havia já três qualidades essenciais: a brevidade, a clareza e a verossimilhança (*brevis, dilucida e verisimilis* ou *probabilis*)². Para que a exposição fosse completa exigia-se, no entanto, alguns elementos essenciais. Cícero, em *De Inventione*, relacionou os aspectos essenciais para que o texto se tornasse completo. Para o famoso orador romano, era preciso responder as perguntas quem? (*quis / persona*) o quê (*quid / factum*) onde? (*ubi / locus*) como? (*quemadmodum / modus*) quando?(quando / *tempus*) com que meios ou instrumentos (*quibus adminiculis / facultas*) e por quê (*cur / causa*)³.

As proposições de Cícero, originadas na Retórica da Antigüidade Grega, foram paradigma da exposição de acontecimentos nos dois milênios seguintes. Em diversos momentos, ao longo de tal período, as circunstâncias do fato tiveram grande relevância na constituição de uma ética da palavra, sendo exemplarmente utilizada no discurso jurídico e na argumentação filosófica. Com isso, buscava-se convencer para a validade moral de um fato e sobre ele emitia-se juízos de valor. A separação entre o *sapere* e o *dicere* (o conhecimento separado de sua representação verbal) representou uma ruptura negativa na ordenação discursiva e no conhecimento público do entorno social, culpa em parte atribuída a filósofos afastados da intervenção social. Eles separaram *res de verba*, a coisa de sua representação.

A recuperação da retórica contemporânea em sua dimensão cognitiva permite também separar o discurso retórico sem bases factuais (a plena subjetividade) do que tem bases factuais (que inclui elementos de subjetividade mas objetiva-se, culmina em determinados acontecimentos, considerados fatos, e, no discurso jornalístico, fatos

jornalísticos). Assim, a proposição retórica deve atuar, no jornalismo, por verossimilhança, recorrendo à arte de dizer, que desde os gregos antigos cresce e povoa a história. A clareza, já em Aristóteles, e portanto antes mesmo de Cícero, deveria buscar concentrar e resumir as coisas, no sentido de torná-la compreensível.

Renato Barilli lembra que a retórica envolve o *docere* (transmissão de noções intelectuais), o *movere* (atingir os sentimentos) e o *delectare* (manter viva a atenção do auditório, sem se deixar dominar pelo aborrecimento, pela indiferença e pela distração). Por isso, a linguagem deve ter um caráter claramente acessível, já que "se dirige não a mentes superiores, a espíritos puros, mas a homens de carne e osso, sujeitos portanto ao cansaço e ao tédio, vulneráveis a raciocínios demasiado difíceis".⁴ Na imediatividade em que atua o jornalismo, os elementos retóricos da antigüidade greco-romana constituem eixos fundamentais de seu discurso. É com esta perspectiva, baseada na arte de dizer, resultado da habilidade em fazer, que se estrutura o discurso jornalístico.

A escola norte-americana e inglesa de jornalismo tomou o que havia de melhor na arte de dizer para imprimir o ritmo da lógica informativa específica do jornalismo na segunda metade do século passado e durante o século 20. Por isso, as atribuições de que a prensa para ler, o telégrafo que poderia cair, o tempo disponível de leitura (fatores da incipiente modernidade e do assoberbado ritmo atual (, quando consideradas razões primeiras ou exclusivas para o surgimento e permanência do lead, desmentem-se pela necessidade de uma arte de dizer e convencer, no que gregos e romanos foram mestres.

Profissionais e pesquisadores da área, quando tratam do lead e das narrativas, quando falam de linguagens e ideologia, poderiam perfeitamente buscar, na antigüidade greco-romana (e não no que alguns errônea e pejorativamente chamam hoje de "tecnicismo" (, as bases ontológicas do surgimento de sua atividade específica; as bases morais da ética da palavra e da profissão jornalística, mesmo que a sociedade de então, por tempo, cultura, ritmo e demais razões óbvias, sequer pudesse conceber qualquer vestígio futuro do hoje chamado Jornalismo.

Notas

- (1) Japiassu, Hilton e Marcondes, Danilo (1991). Dicionário Básico de Filosofia. 2. ed. Rio de Janeiro: Zahar, p. 232
- (2) Garavelli, Bice Mortara (1991). Manual de Retórica. Madrid: Cátedra, p. 69
- (3) Idem, op. cit., p. 79.
- (4) Barilli, Renato (1985). Retórica. Lisboa: Presença, p. 9.

***Francisco José Karam** é jornalista, Professor do Curso de Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina e Doutor em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. É também o autor de *Jornalismo, Ética e Liberdade* (São Paulo: Summus, 1997)