

La narratividad crítica de la revista *Barcelona*

Eje temático: Estudios sobre periodismo

Autor

Phellipy Jácome
phellipy@ufmg.br

Resumen

Describir lo real sin perturbarlo y fijarlo como verdad objetiva tal vez sea la gran quimera del periodismo de referencia. La creencia y la búsqueda de objetividad y fidelidad a los “hechos” son elementos fundadores de una retórica periodística que marca, a través de esos criterios, las barreras entre un periodismo serio y empeñado y otros, desviantes y descomprometidos. Sin embargo, la existencia concreta de la práctica periodística, instaurada por sus narrativas, revela la imposibilidad de relatar la realidad sin modificarla, ya que ésta también es configurada por el acto de narrar. Se desprende de allí una paradoja entre el entendimiento de un modo de ser y la efectividad de los (variados) modos de narrar.

¿Cómo debemos proceder, entonces, con una revista que asume esa paradoja del discurso periodístico como su punto de partida y de actuación al advertir ya desde su tapa que “no toda la información [allí] publicada ha sido debidamente chequeada”? ¿Cuáles son las implicaciones y tensionamientos que son ofrecidos y cómo ellos nos ayudan a comprender mejor las dinámicas del periodismo contemporáneo? En abril del 2003, apareció por primera vez en los puestos de diarios argentinos una publicación cuya tapa remitía a la diagramación de los principales periódicos de este país, pero con titulares - entre ellos, “La Argentina se estaría yendo a la mierda ” o “Vuelven los culos grandes”-

difíciles de ser pensados para el periodismo tipo. Se trata de la revista Barcelona que, lanzada de forma independiente, se estructura como una mezcla de formatos que oscilan entre la revista y el periódico tabloide. Este periódico surge como un fenómeno provocador, por el uso de recursos metanarrativos; esto es, construcciones textuales que implican una reflexión sobre la propia tarea periodística, ya sea a través de menciones directas a modos de producción o por la utilización de algunos recursos expresivos. Barcelona surge también como un lugar de problematización prolífero, pues, como veremos, parece problematizar desde dentro al desplazar una serie de convenciones apuntando dimensiones conflictivas y espacios de indefinición existentes en las narrativas periodísticas. Además, sugiere que los procedimientos que utiliza de manera notoriamente ficcional no son tan diferentes de aquellos manejados por el periodismo de referencia, lo que nos conduce a una problemática interesante. Esto porque sus narrativas parecen indicar que las fisuras en el espejo realista están presentes en cualquier producción periodística y, en ese sentido, Barcelona es capaz de alcanzar críticamente toda una epistemología del periodismo. En definitiva, lo que la publicación provoca, tal vez, sea semejante a la pregunta propuesta por Carvalho (2012) cuando indaga: "em que medida as teorias que buscam compreender o jornalismo estariam operando conceitualmente a partir das próprias dicotomias e simplificações típicas dos processos de produção das notícias?" (CARVALHO, 2012, p.18). Es en la dirección, por lo tanto, a un cuestionamiento de esas dicotomías y simplificaciones que la narratividad crítica de Barcelona, como veremos, parece conducirnos.

Desarrollo

Descrver o real sem perturbá-lo e fixá-lo como verdade objetiva talvez seja a grande quimera que envolva o jornalismo. A crença e busca pela objetividade e fidelidade ao "fato" são alicerces fundadores de um modo de compreensão que elenca, através de alguns critérios, as barreiras entre um jornalismo sério e empenhado e outros, desviantes, descomprometidos. Nessa visada, o jornalismo precisa vincular-se e embasar-se estreitamente em normas de veracidade que servem, sobretudo, para regular e legitimar aquilo que é produzido e ofertado. Afinal, como aponta Gomes, "a norma da veracidade que obriga qualquer um que faça discursos sobre a realidade e que, ademais, pretende que se considere tais discursos como dizendo o que a realidade efetivamente é, significa para o jornalismo uma obrigação suplementar" (GOMES, 2009, p.4).

Desse modo, para efetivar-se como um discurso da verdade, o jornalismo emprega estratégias para tentar persuadir seu público e fazê-lo crer que aquilo que lhe é contado é efetivamente o relato fiel da realidade e não uma construção narrativa. É nesse sentido que se constitui a ilusão tão cara para essa prática, na qual há uma defesa de uma suposta capacidade de trazer, sob forma de notícia, o fato em si, como se ele representasse um bloco da realidade externo e imune à ação de narrar. Esse tipo de concepção é frequentemente encontrado em manuais de jornalismo (TRAVANCAS, 1992; BARBEIRO E LIMA 2002; PATERNOSTRO, 1987; CARDET E SILVA, 1984; entre outros), em princípios editoriais (CLARÍN, 1997; ORGANIZAÇÕES GLOBO, 2011; FOLHA DE S. PAULO, 2010; LA VOZ DEL INTERIOR, 1990, 2006; entre outros) e em muitas teorias que apregoam a necessidade de criação de uma deontologia jornalística; e/ou a existência de critérios fixos e pertinentes para a apreensão da realidade e sua apresentação sob forma de relato (BELTRÃO, 1969; MELO, 2004, 1994; ERBOLATO, 1988; LAGE, 2002, 2005; entre outros).

Não raramente, tais discussões abordam o jornalismo através do prisma profissional, interessadas em promover o jornalista como ator privilegiado (se não o único) no processo de “transposição” da realidade operada por sua prática. A base especular que sustenta tal argumento postula que a notícia funcionaria como uma espécie de duplicação de fragmentos de um real pré-existente. Algo acontece no mundo e o profissional da informação está lá para ir e colher a realidade objetivamente, apropriando-se de instrumentos que lhe garantiriam pluralidade e independência (como o recurso de ceder a palavra aos vários lados de uma querela, o uso de dados científicos, a utilização de fontes confiáveis etc.). O texto jornalístico, pouco problematizado, seria, portanto, caracterizado por uma denotação transparente, e seu sentido, totalizável e imanente.

Essa visão parece problemática e redutora, na medida em que postula a existência de um “modo de ser ideal do jornalismo” que, além de não condizer com aquilo que é produzido nem mesmo numa matriz realista, parece excluir ainda experiências jornalísticas diversas que estão para além de quaisquer receituários. Afinal, como compreender pelo viés da objetividade João do Rio, Rodolfo Walsh, Euclides da Cunha, Roberto Arlt, David Nasser, Nelson Rodrigues e os diversos livros de repórter? Ou ainda a constituição de inúmeras revistas que, pretensamente, fogem do ritual estratégico, tais quais a brasileira Piauí, a peruana Etiqueta Negra, ou a hispano-argentina Orsai, entre inúmeras outras tantas? De fato, podemos mesmo considerar como única e uniforme as diversas narrativas que compõem a paisagem diversa de um mesmo jornal, em seus diferentes cadernos, colunistas, estilos etc?

E é justamente nesse sentido que, com efeito, nos perguntamos: como devemos proceder, então, com um periódico que assume as contradições no discurso jornalístico como seu ponto de partida e de atuação, advertindo logo em sua capa que "nem toda informação aí publicada foi devidamente checada"? Quais tensionamentos são oferecidos

por uma publicação jornalística que se assume como ficção e como ela nos ajuda a compreender melhor as dinâmicas do jornalismo contemporâneo? O objetivo deste trabalho é, pois, investigar narrativas da argentina *Barcelona*, buscando compreendê-las como gestos problematizadores de conceitos reguladores do jornalismo.

Dita publicação parece tensionar “de dentro” e deslocar uma série de convenções, apontando dimensões conflitivas e espaços de indefinição existentes nas narrativas jornalísticas. Além disso, sugere que os procedimentos que utiliza de maneira notadamente ficcional não são tão distintos daqueles manejados pelo jornalismo de referência, o que nos leva a uma problemática interessante. Isso porque suas narrativas parecem indicar que as fissuras no espelho realista estão presentes em quaisquer produções jornalísticas e, nesse sentido, *Barcelona* é capaz de alcançar criticamente toda uma epistemologia do jornalismo. Em suma, o que publicação nos provoca talvez seja semelhante à pergunta proposta por Carvalho (2012), que indaga: “em que medida as teorias que buscam compreender o jornalismo estariam operando conceitualmente a partir das próprias dicotomias e simplificações típicas dos processos de produção das notícias?” (CARVALHO, 2012, p.18). É na direção de uma melhor compreensão do texto e de um questionamento dessas dicotomias e simplificações que a narratividade crítica de *Barcelona*, como veremos, parece nos conduzir.

Uma solução europeia aos problemas dos argentinos: Barcelona

Em quinze de abril de 2003, aparece pela primeira vez nas bancas argentinas uma publicação cuja disposição verbo-visual remetia à diagramação dos principais periódicos daquele país, mas retratando manchetes, entre elas, “La Argentina se estaría yendo a la mierda” ou “Vuelven los culos grandes”, difíceis de serem pensadas para a capa de um jornal ou revista de referência. Além disso, a publicação trazia em seu interior matérias que abordavam a realidade social e os regimes de poder instituídos de uma maneira

sarcástica e irônica, sugerindo uma série de deslocamentos do olhar. E tudo isso com um tipo de estrutura que se aproxima ao que seria “tipicamente jornalístico”, mas com narrativas visivelmente ficcionalizadas, fugindo de maneira estratégica e consciente a uma propensa objetividade.

As origens de *Barcelona* remontam a uma Argentina em plena crise do início dos anos 2000. No momento mais crítico do país, a pobreza alcançou 57% da população, com taxa de desocupação superior a 20%. Panelaços e protestos sociais eram frequentes e o sentimento de suspeita era geral em relação às principais instituições: houve ascensão e queda de cinco presidentes num período de menos de um mês. Nas instituições financeiras, toda a poupança da população estava confiscada. A imprensa também era alvo de críticas. Nos muros de Buenos Aires era comum a pichação que dizia: “Nos mean y los medios dicen que llueve”. Nesse cenário de crise institucional, um grito havia virado *slogan* dos panelaços: “Qué se vayan todos”.

Num contexto social e econômico caótico, pequenos meios de comunicação e jornalistas do país não passaram incólumes. Nesse período, a maioria dos sócio-fundadores de *Barcelona* trabalhava numa publicação chamada *La García*, cujas reportagens eram escritas com um forte tom humorístico. Em 2001, entretanto, a revista fecha suas portas e um grupo de amigos, desempregados, tenta pôr em marcha o projeto de seguir trabalhando juntos e de fazer uma revista política, que vinham gestando desde o ano 2000. Segundo Ingrid Beck, uma das editoras responsáveis pelo periódico,

“[e]ncontramos no formato de *Barcelona* uma maneira de fazer jornalismo sem ter que trabalhar demais, ou seja, sem ter que sair à rua, fazer investigações ou checar nenhum dado e mesmo assim continuar sendo jornalismo. Nos juntávamos para ler Clarín e La Nación e, entre risos e indignação, surgiu como interessante a ideia de fazer uma crítica aos meios de comunicação a partir da paródia. (Entrevista concedida em 16 de abril de 2012)

Oriunda da descrença da crise, *Barcelona* assume, desde o princípio, uma posição de não adesão em relação às "grandes verdades do mundo", fazendo sátira dos mais variados discursos institucionalizados. Ela debocha da sociedade argentina, de seus sindicatos, políticos e os mais variados atores sociais e possui um forte tom político capaz de, muitas vezes, provocar incômodo. Como aponta Carlón (2006, p.4), "*Barcelona* perturba, incomoda. Quando não ofende, provoca riso e escândalo. E, em seguida, um sentimento parecido com a culpa, porque não está bem rir dos temas que *Barcelona* trata, como os trata *Barcelona*". Por afrontar a estética realista, frequentemente *Barcelona* é apresentada ou associada a "revistas de humor", o que seus editores rechaçam veementemente. Ingrid Beck, ao responder sobre o tema, afirma categoricamente que "quando *Clarín* for considerado humorístico, talvez aceite esse rótulo à *Barcelona*, mas o que nos esforçamos por fazer é jornalismo. O riso é um efeito, uma consequência.". O que temos aí, portanto, é a posta em disputa da própria definição do que seria jornalismo, de seus contornos, características e limites.

A narratividade crítica

Barcelona não adere a um certo discurso jornalístico e, como produto midiático, propõe narrativas que rompem a ilusão referencial a partir da despragmatização das unidades informativas. E isso se dá em toda sua extensão (capa, publicidades, notícias, fotos etc). Entretanto, para fins deste trabalho, nos deteremos nas unidades informativas "nome do jornal" e na análise de uma notícia¹.

A capa de uma publicação é a primeira ambiência de contato entre os leitores e o sujeito semiótico jornal. Por isso, representa um importante elemento de persuasão, funcionando como uma espécie de antecipação do conteúdo trazido pelos jornais ou revistas, bem

¹ Um análise detalhada da narratividade crítica de *Barcelona* foi realizada em nossa dissertação de mestrado (ver Jácome, 2013).

como de uma dicção ou posicionamentos específicos de cada sujeito semiótico (Leal, 2006; Landowski, 1992; Moura, 2010). Funciona, assim, como um lugar de localização para o leitor e como um espaço de ancoragem e de hierarquização temática. Na capa, inda que as notícias se renovem a cada número, há algo que sempre se repete a cada edição para garantir unidade e isotopia: trata-se do *nome do jornal*. Como aponta Mouillaud (2002, p.88), o nome serve como uma assinatura e “se refere a um duplo paradigma; no espaço ele remete aos jornais que são seus concorrentes; no tempo, aos outros números da coleção”. O “nome do jornal” representa, assim, um modo de enunciação particular que diferencia cada sujeito semiótico, na mesma medida em que funciona como uma espécie de “grampo” para os demais títulos contidos em sua edição.

No mais das vezes, a unidade informativa “nome do jornal” traz informações bastante parecidas nos variados veículos. Está quase sempre localizada na parte superior da página, recebendo grande destaque visual, preparando para os enunciados que seguirão abaixo, sob sua tutela. Na *Folha de S. Paulo*, por exemplo, podemos perceber o nome do jornal escrito com uma fonte sóbria, em caixa alta. Abaixo, aparece o lema do veículo destacado pela cor vermelha e precedido por três estrelas (com as mesmas cores da bandeira do estado de São Paulo): “um jornal a serviço do Brasil”. O *slogan* marca o compromisso do jornal e o oferece como um servidor da comunidade de que é parte, gerando uma camada de significação ao nome que está exposto.

Unidades informativas semelhantes são encontradas noutros jornais de referência como *O Globo*, *La Nación*, *Página 12*, *El Mercurio* etc. Em todos, o “nome do jornal” é marcada por um tom sério e institucional, em que o sujeito semiótico se oferece como “crível”, “responsável”, “isento” e propõe um primeiro acordo de confiança com seu público, como podemos observar em *The New York Times*:



Fonte: Edição n° 51.874

Do lado esquerdo ao nome do periódico, notamos um retângulo com os dizeres “Todas as Notícias Aptas a serem Impressas”. Nele, o sujeito semiótico oferece aos seus leitores e anunciantes o compromisso de que seu conteúdo foi alvo de uma seleção criteriosa, digno de ser publicado e que pode, então, ser alvo de confiança e credibilidade. Podemos, então, dizer que o módulo “nome do jornal” se superpõe às demais unidades informativas, que lhe passam a ser subordinadas. Muitas vezes, os sujeitos semióticos assumem esse compromisso com o leitor, através de slogans como “um jornal a serviço do Brasil”, “o grande jornal dos mineiros” (*Estado de Minas*), entre outros. O *Clarín*, nesse sentido, não é uma exceção:



Fonte: Edição n° 24.053 de Clarín

A marca é construída e disposta para conotar o sentido de “vigilante” dos acontecimentos, tendo em vista que o clarim é historicamente associado aos “avisos”, à “sinalização”. Tal ideia é reforçada ainda pelo lema do periódico, alocado em frente ao “clarín” da silhueta, dando a impressão de que advém dela. É como se o boneco fizesse soar: “um toque de atenção para a solução argentina dos problemas dos argentinos”.

O jornal, portanto, se coloca como uma sentinela da realidade argentina. Abaixo, percebemos ainda outros elementos que complementam e marcam essa noção de comunidade e de que a sociedade a partir e para qual o jornal fala é a mesma do seu

público ("Buenos Aires - República Argentina"). Assim sendo, o "nome do jornal" funciona também como uma referência espacial e ancoragem para todos os outros enunciados do periódico. É ele que dá unidade aos outros fragmentos e os reúne numa mesma cena enunciativa, gerando um senso de pertença a uma comunidade, que partilha, no momento da leitura, um mesmo mundo e um mesmo tempo.

Em *Barcelona*, entretanto, podemos perceber um primeiro gesto crítico já no nome da publicação, por exemplo, quando retoma (através da inversão de valores) os "ideais" de *Clarín*:



Fonte: N° 248 de *Barcelona*

O *slogan* da revista remete claramente ao do diário portenho, ao ressaltar "uma solução europeia para os problemas dos argentinos". Há aí um tensionamento tanto em relação ao *Clarín*, quanto aos pressupostos jornalísticos mais gerais de um jornal capaz de retratar a realidade de uma comunidade específica. Como podemos perceber nos exemplos acima, muitos jornais reforçam a noção de pertença nacional ou local e se colocam como guardiães da sociedade que são parte. O próprio nome das publicações representa um índice dessa mobilização identitária, e resgata aspectos ideológicos, históricos etc. Não por acaso várias denominações são: "La Voz Del interior", "Jornal do Brasil", "The Washigton Post". O "nome do jornal" em *Barcelona*, entretanto, quebra com essa expectativa, já que representaria não uma "voz" *local*, retratando uma realidade *comum* ou "resolvendo" os problemas que são *daquela comunidade*. Ao contrário, tratar-se-ia de uma solução externa, europeia. Recordemos que a publicação começa a ser gestada durante a crise argentina dos anos 2000, momento em que o país sofria com as

intervenciones do FMI, após uma década de governos neoliberais, e que muitas pessoas estavam migrando para outros países (e a cidade de Barcelona era vislumbrada como um dos principais destinos). Nesse gesto, o periódico rompe também com a ideia de que o jornal deve "estar a serviço da nação" ou "representar um toque de atenção".

Em seguida, a revista trata de turvar a ideia do jornalista como uma fonte crível, na medida em que inverte os ideais de isenção e de capacidade para retratar fielmente uma realidade. Percebemos ainda que o "nome do jornal" da publicação argentina retoma criticamente o *NYT* (a fonte utilizada numa e noutra é a mesma). Isso porque logo na capa há uma advertência que, ainda que visualmente seja parecida a do jornal estadunidense, possui um conteúdo muito diferente. No retângulo à direita, lemos: "Nem toda informação aqui publicada foi devidamente checada". A credibilidade, que parece ser um fator determinante para o pacto de confiança entre leitores e mídias noticiosas, é posta em xeque, portanto, logo na capa de *Barcelona*. Nesse sentido, se o módulo "nome do jornal" é responsável pelos demais enunciados, todas as outras narrativas da revista passam a estar sob suspeita, ancoradas em conjeturas ambíguas. Ao colocar "nem toda", a revista afirma que algumas informações não foram devidamente apuradas, ao mesmo tempo em que não assegura que outras possam ter sido. No aviso, portanto, podemos observar a estratégia de proposição de uma dúvida que parece insolúvel.

O periódico rejeita o dogmatismo moral, na mesma medida em que se utiliza de algumas estratégias textuais típicas. Sua "advertência" é seguida da "Lei 23.444", o que representa, a nosso ver, um gesto de desestabilização do uso dessas unidades informativas. Isso porque uma primeira leitura sugere que a falta de checagem da informação poderia ser sustentada por dita lei. Isso porque, uma memória de leitura sugere que uma lei alocada como salvaguarda de uma informação deve autenticá-la de alguma forma. Surpresa nos é causada ao saber que a lei a qual se refere *Barcelona* diz respeito a uma legislação que regula a difusão de publicidade de cigarros no rádio e na

televisão, e que não possui, portanto, nenhuma ligação explícita com a advertência exposta pela revista. A relação é dada pelo próprio gesto narrativo que liga a ideia de lei a autenticação da realidade, já que ela convencionalmente funciona como um discurso de autoridade, que restringe, permite, confirma etc. Além disso, a ideia de lei pode ser interpretada como uma espécie de norma a ser seguida, um dever a ser cumprido. No caso do jornalismo, os profissionais têm como “obrigação” dizer a verdade, checar e apurar a realidade. Isso pareceria fundamental para a criação da imagem de um enunciador legítimo, capaz de trazer os fatos do mundo para suas páginas. *Barcelona* põe em xeque sua própria fiabilidade, mas ao remeter-se direta ou indiretamente a outros veículos e ao apropriar-se de um certo modo de feitura jornalística, ela também tensiona alguns discursos legitimadores no jornalismo. Esse tipo de estratégia perpassa a construção de suas notícias e se revela como uma marca de sua narratividade. Exemplo disso é uma matéria do nº239, que repercute a entrega de casas sem banheiro à comunidade Wichi pelo governo de Salta:



No título da matéria, já podemos perceber a construção peculiar que *Barcelona* faz das citações, retratando uma fala que seria do governador daquela província: “Urtubey se defiende de quienes lo acusan de entregar casas sin baño a los wichis: **‘La idea fue respetar las costumbres originarias de defecar con los yuyos y no bañarse’** (o destacado é nosso). Em dito enunciado, atribuído a Urtubey, podemos observar uma justificativa construída a partir de um desconhecimento pejorativo em relação aos que seriam os “costumes indígenas”. Essa carga de preconceito, entretanto, é atrelada ficcionalmente ao discurso do próprio governador e surge para contestar, no plano de referência, sua ação “real”. Tal fala é ainda contraposta por uma inversão de sentidos sugerida pela obviedade do antetítulo: “El gobierno de Salta construyó viviendas com techo y piso”. Ou seja, através da redundância, a publicação explícita aquilo que é evidente (uma casa possuir teto e piso), para ressaltar e avaliar criticamente o insólito que corresponderia a uma moradia sem banheiro, relacionando-a a fala apócrifa do governador. No subtítulo, esse jogo de valorações dissonantes é levando adiante:

La entrega a la comunidad wich de diez casillas sin baños en la localidad de Tartagal fue considerada por el gobierno de Juan Manuel Urtubey como **“un gran paso hacia el ingreso en la civilización de los hermanos originarios”**. El mandatario salteño destacó que, aunque no tiene sanitarios, las viviendas **“cuentan con modernos techos de chapa y paredes realizadas con sofisticadas maderas de calidad bastante aceptable”**.

Nessa passagem, podemos perceber um processo semântico no qual os referentes são combinados e caracterizados por adjetivos contraditórios, o que ressalta a avaliação questionadora de *Barcelona*: casas de zinco “modernas”, construídas com madeiras “sofisticadas”, de qualidade “bastante aceitável”. O interessante da construção *narrativa* do periódico é que ela cria, pelo menos, dois planos de enunciação, mobilizando elementos da referencialidade para produzir novas relações de sentido. Ao creditar as falas ao governador, ela demonstra não o que ele *disse*, mas sim sua própria aresta avaliadora acerca daquilo que ele *fez*. No trecho, a revista assenta suas bases referenciais (as casas foram entregues nessas condições), ao mesmo tempo em que

utiliza sua construção narrativa para subverter valores e deslegitimar a ação do político. A desproporcionalidade das frases, construídas a partir de uma estrutura tipicamente jornalística, propõe uma cumplicidade com o leitor, capaz de reconhecer que é uma asserção *inventada*, mas que produz uma crítica *verdadeira*. O que *Barcelona* faz, nesse sentido, é retomar criticamente o mundo referencial, exacerbando seu caráter de absurdo, articulando as contradições numa estrutura inclusiva, capaz de comportar várias camadas de significação. Isso tudo para tecer seu plano argumentativo questionador.

Como podemos notar, há uma aparente “transferência da enunciação”, com a utilização de aspas que marcariam a diferença entre o enunciado do jornal e a citação pertencente a fontes autorizadas. Entretanto, a publicação propõe o rompimento da ilusão da “reprodução”, através da hipérbole, do paradoxo, de construções textuais dissonantes. Nesse sentido, *Barcelona* possui um caráter extremamente ambíguo como um periódico: desloca convenções dos outros jornais e simultaneamente as afirma, na construção de sua própria identidade. É que necessita das realidades configuradas pelos outros meios de comunicação para combiná-las com sua aresta avaliadora e crítica. Nessa empreitada, o periódico emula procedimentos que poderíamos considerar como “gerais” ao jornalismo. Nesse gesto, propõe uma discussão autorreferente, chamando atenção para o texto e para o caráter convencional de certas estruturas narrativas. Por isso, sua narratividade crítica pode ser considerada como “metajornalística” ou “metaficcional”.

Como aponta Bernardo (2010), a metaficção é um fenômeno estético em que, por definição, a obra se dobra e redobra para dentro de si. Como consequência, essa multiplicação interna dessas marcas de ficcionalidade se opõe à demanda realista de que a linguagem representa a realidade. Segundo o autor, a metaficção

desconfia da realidade, logo desconfia do realismo. A metaficção desconfia do autor, logo desconfia também do leitor. A metaficção desconfia de si mesma, ela

se põe à beira de um abismo. A metaficção representa, assim, a busca da identidade, mas ao mesmo tempo define essa busca como agônica. (BERNARDO, 2010, p.52)

E não justamente isso que podemos perceber em *Barcelona*? Suas narrativas não propõem uma desconfiança, o que quebra com uma ideia especular de jornalismo? Ao desconfiar dos usos das unidades informativas e propor novos arranjos ao real que configura, *Barcelona* turva a ilusão referencial, sugerindo que suas narrativas funcionam como uma máscara metafórica. Mas não só. Ao remeter-se aos outros jornais, apropriando de seus procedimentos, a publicação argentina afronta todo um discurso jornalístico baseado numa relação epistemológica com a realidade. E o faz exigindo que estejamos atentos aos processos de configuração da realidade tornados possíveis pela própria *narrativa*, o que parece bastante instigante.

É que o realismo jornalístico parece significar uma tentativa de adequar a escrita a um único plano de experiência temporal possível, cujos limites estariam confinados à sua própria historicidade. Nesse sentido, uma reflexão sobre a narrativa tende a ser desconsiderada, na medida em que esta funcionaria somente como um "veículo", isto é, um artefato para a transmissão da informação clara e concisa ao leitor/espectador. Há, portanto, a ideia de uma transparência textual, de uma mediação calcada numa suposta forma de escritura que garantiria a objetividade jornalística. Note-se que aí, a verdade e a realidade estariam alheias aos processos de narrativização, na medida em que o mundo "transportado" pelo texto jornalístico *corresponderia* ou, pelo menos, *deveria corresponder* a um mundo de referência fixo, não havendo, portanto, nenhum embate entre mundo do texto e mundo do leitor.

Essa concepção da narrativa, entretanto, nos parece deficitária, tendo em vista que desconsidera a troca comunicacional inerente a quaisquer processos de produção de sentidos. Isso porque apregoa-se que não haveria distância entre a narrativa tecida e o

mundo que existe fora dela, na medida em que a “verdade” e a “realidade” do texto só seriam uma consequência “natural” do esforço da boa apuração. Desse modo, a leitura seria fortuita e não interferiria em nada naquele texto produzido, já que diante de um bloco de real imóvel, qualquer esforço de interpretação parece soar inútil e desnecessário. Tal concepção gera uma *identidade* específica para o jornalismo e também as possibilidades para a eclosão de contradições múltiplas.

E isso está, como vimos, no cerne da narratividade crítica promovida por *Barcelona*, na medida em que a publicação escancara uma série convenções em sua autorreflexão jornalística. A publicação nos oferece um autodesnudamento que revela e explicita as “ficcionalidades”, ou seja, o ato configurante, o “pôr-em-intriga”. E o faz acionando elementos das próprias narrativas e do formato jornalístico sedimentados, tornando-os opacos a partir dos mesmos elementos que gerariam a transparência. Desse modo, ao empregar e criticar os próprios métodos de construção jornalísticos, as composições de *Barcelona* questionam limites e pressupostos rígidos, propondo novas formas de acesso e de configuração da realidade.

Ainda que lance mão de falas apócrifas, construa jornalistas e narradores que causam desconfiança ou apresente acontecimentos aparentemente inexistentes, ela não o faz para enganar seu leitor. Ao contrário, revela a ele sua aresta avaliadora e, por isso, sua ficcionalidade é utilizada para promover uma relação em que a linguagem acusa a si própria de criar, ao mesmo tempo em que utiliza e aprecia esse seu poder de inovação semântica. Assim, as narrativas de *Barcelona* não escondem o que são, a saber, uma construção na linguagem e não um relato “puro” de *uma* verdade. Nesse sentido, ela confunde e questiona a “aura de autoridade” dos outros jornais a partir de sua variação imaginativa, do seu “pôr-em-intriga”.

Em suma, ela demonstra que a “verdade”, valor tão caro e necessário, do qual jornalismo parece não poder abrir mão, é algo muito mais complexo que uma série de códigos ou de princípios morais. Através do metajornalismo, ela trabalha as fissuras do discurso que se pretende objetivo e totalizante, “dono” de um suposta realidade fixa. Seu gesto autorreferente e nos interpela a buscar outras soluções para o jornalismo, para entendermos sua “referência”, sua relação com a ficcionalidade e, principalmente sua natureza *decididamente* comunicacional.

Gestos como os de *Barcelona* corroboram para que afastemos, de uma vez por todas, a noção do jornalismo como um único modo de ser. Afinal, ao olhar detidamente para as narrativas, percebemos que elas se oferecem como um lugar de interseção entre o mundo do seu texto e o mundo do leitor. Mundos esses bastante diversos. Por isso, acreditamos que entender o fenômeno jornalístico pelo viés da narrativa talvez nos permita avançar em sua compreensão, adicionando critérios menos rígidos. Isto é, o amparo narrativo deixa ver a existência de variados agentes, e o jornal passa a ser um lugar de experiência, de proposta de uma configuração do real, que não pode solapá-lo nem abarcá-lo por completo.

Bibliografía

ABRIL, Gonzalo. (2007) **Análises crítico de textos visuales**. Madrid: Síntesis.

BARBEIRO, H.; LIMA, P. R. (2002) **Manual de telejornalismo**: os segredos da notícia na TV. Rio de Janeiro: Campus.

BARTHES, Roland. (2004) O efeito de real. In: **O rumor da língua**. Trad. Mário Laranjeira. São Paulo: Cultrix.

BELTRÃO, L. (1969) **Iniciação à filosofia do jornalismo**. Rio de Janeiro: Agir.

CARLÓN, Mario; "Y al final... ¿qué hacemos con *Barcelona*?"; Revista **La Crujía**; Buenos Aires, octubre de 2006.

CARVALHO, Carlos Alberto de ; BRUCK, Mozahir Salomão (2012). **Jornalismo: cenários e encenações**. 1. ed. São Paulo: Intermeios - Casa de Artes e Livros.

CARVALHO, Carlos Alberto de ; LEAL, Bruno Souza. (2012) **Jornalismo e homofobia: mapeamentos e reflexões**. 1. ed. São Paulo: Intermeios Casa de artes e livros.

CLARÍN.(1997) **Manual de estilo**. Buenos Aires: Clarín Aguilar.

DAVIS, Lennard J. (1983) **Factual Fictions: the Origins of the English Novel**. Nova York. Columbia University Press..

ECO, Umberto (1986). **Lector in fabula**. São Paulo: Perspectiva.

ERBOLATO, Mario L. (1982). **Deontologia da comunicação social**. Petropolis: Vozes.

FOLHA DE S. PAULO (JORNAL). **Novo manual da redação**. (1993). 2. ed. São Paulo: Folha de S. Paulo.

FONTCUBERTA, Mar de. (2003) **La noticia: pistas para percibir el mundo**. Barcelona: Paidós.

GOMES, Wilson. (2009) **Jornalismo, fatos e interesses: ensaios de teoria do jornalismo**. Florianópolis: Insular

HUTCHEON, Linda; PÉREZ, Teresa Louro (1989). **Uma teoria da paródia: ensinamentos das formas de arte do Século XX**. Lisboa: Ed. 70.

HUTCHEON, Linda; JEHA, Júlio. (2000) **Teoria e política da ironia**. Belo Horizonte: Editora UFMG.

JÁCOME, Phellipy Pereira. (2013). **Fissuras no espelho realista do jornalismo: a narrativa crítica de Barcelona**. Dissertação de mestrado. Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas. Universidade Federal de Minas Gerais.

LAGE, Nilson. (2002) **Linguagem jornalística**. 7ª Edição. São Paulo: Ática.

LEAL, Bruno Souza.(2006) Saber das narrativas: narrar. In: Vera França; César Guimarães. (Org.). **Na mídia, na rua: narrativas do cotidiano**. 1 ed. Belo Horizonte: Editora Autêntica, p. 19-28.

LEAL, Bruno Souza (2002). **A produção da familiaridade e o pacto de leitura jornalístico**. Salvador: Intercom.

LEAL, Bruno Souza; JÁCOME, Phellipy (2011). **Mundos possíveis entre a ficção e a "não-ficção"**: aproximações à realidade televisiva. Porto Alegre: FAMECOS.

LEAL, Bruno Souza; JÁCOME, Phellipy. (2012) **Outros agentes na comunidade interpretativa do jornalismo**. Anais do 10º Encontro Nacional dos Pesquisadores em Jornalismo, SBPJOR: Curitiba.

MOUILLAUD, Maurice (2002). O nome do jornal. In: PORTO, Sérgio Dayrell (Org.). **O jornal: da forma ao sentido**. Trad. Sérgio Gossi Porto. Brasília: UnB

MOURA, Maria Betânia (2010). **Por uma teoria do formato jornalístico**: reflexões sobre o jornal como sujeito semiótico. Belo Horizonte: Tese de doutoramento.

RICOEUR, Paul. (1994). **Tempo e narrativa. Tomo I**. Campinas: Papyrus.

RICOEUR, Paul. (1995). **Tempo e narrativa. Tomo II**. Campinas: Papyrus.

RICOEUR, Paul (1997). **Tempo e narrativa. Tomo III**. Campinas: Papyrus.

TRAQUINA, Nelson. (2001) **O Estudo do Jornalismo no Século XX**, São Leopoldo (Brasil), Editora Unisinos.