A comunicação, na sua essência e fundamentos

Pery Cotta

Este estudo pretende analisar meios e formas de comunicação, com o objetivo de demonstrar a importância da essência e dos fundamentos, no momento em que se debate o futuro do jornalismo impresso e de outros veículos da mídia que estariam "em vias de extinção", diante do desempenho das redes sociais e a abertura de caminhos diversos, na *web*. Incute-se, principalmente entre jovens, estimulados pela visão simplista de até alguns educadores, que "não existe o que não está ou não passa pela internet", pelo uso de aplicativos e de avançados equipamentos.

Será?

Entra-se neste debate para alargar conceitos e definições de princípios cujas origens surgiram claramente na *Arte retórica*, de Aristóteles.

O estudo é, assim, continuidade de "Aristóteles, o pai genético do jornalismo", publicado das páginas 44 a 72, da Revista Comum, da FACHA, volume 7, número 19 (ago/dez de 2002). Na época, apresentou-se comparação entre a narrativa jornalística, definida nos Manuais de Redação de grandes jornais, e duas obras de Aristóteles, *Arte retórica* e *Tópicos*.

De lá para cá, o autor deste segundo trabalho acadêmico aprofundou teorias, tanto em relação ao discurso e à lógica do filósofo grego, como às demais formas e meios de comunicação.

E, assim, constatou o que agora parece óbvio: são outra vez de Aristóteles não apenas os alicerces da oratória e da narrativa jornalística, mas

de outras formas da comunicação e expressão do pensamento humano.

Ou seja, os mesmos fundamentos básicos estão presentes no texto acadêmico e em diversas e múltiplas manifestações da linguagem escrita e falada.

Ressalte-se, ainda, que igualmente permeiam e aparecem em todas as culturas e línguas, nos séculos posteriores ao filósofo grego e, provavelmente, terão destaque e importância na linguagem de futuros povos e suas gerações, como produto humano natural do infinito e eterno pensar.

O que muda?

Mudam as técnicas, tecnologias e equipamentos utilizados em cada momento. Os fundamentos, na verdade, serviram e servem para estruturar e realçar a essência das maneiras de expressão do ser humano.

Isto é, palavras, textos e imaginário ou imagens, funcionam para dar rumo certo e direção ao narrar, descrever e/ou argumentar sobre fatos e acontecimentos cotidianos da vida e da cultura.

Com isto, e dependendo da época, o texto e a imagem explicam e ligam-se a diferenciados contextos.

Esta análise desdobra-se em quatro tópicos ou capítulos, pela ordem de apresentação, ao longo deste novo estudo:

1. o jogo das palavras e das imagens;
2. a essência e os fundamentos, segundo Aristóteles;
3. os tipos e finalidades da linguagem; e, em pormenores,
4. a essência e os fundamentos de todas as principais formas e meios de comunicação.

Na conclusão, por simples e livre pensar, o autor aponta conceitos que poderiam ser incluídos em uma espécie de "Dez mandamentos da comunicação".

1. O jogo das palavras e das imagens

Na cobertura da mídia às atividades esportivas, nos últimos anos, tem havido foco no interessante desdobrar de disputas regionais, mundiais e provas olímpicas diversas, não somente no Brasil (e especialmente no Rio), mas em outros estados, países e continentes.

Grandes eventos são mostrados pela televisão e divulgados por todos os meios de comunicação, os quais passaram a visualizar e a valorizar simultaneamente a importância econômica e social do setor, em função dos promissores horizontes abertos ao turismo, ao *marketing* e aos negócios em geral.

Na cidade do Rio de Janeiro, desde o Pan-Americano de 2007, depois a Copa Mundial de Futebol de 2014 e agora os Jogos Olímpicos de 2016, as competições e disputas esportivas sacodem emoções e estimulam o manter *mens sana in corpore sano*.

Jogos Olímpicos e práticas esportivas, individuais ou coletivas, não por acaso, também, representam tradição nascida na Antiguidade Clássica. Foi uma corrida de longa distância (maratona) entre duas cidades da Grécia, urgente necessidade de uma guerra local, que apontou a supremacia do preparo físico para a vitória final.

Guerras, por sua vez, ao longo da história, trouxeram efeitos positivos para descobertas científicas, principalmente a prazos maiores, e não apenas as negativas e imediatas perdas materiais e de vidas humanas. Basta citar dois exemplos: 1. as bombas da Segunda Guerra Mundial e os mísseis levaram ao surgimento dos satélites de telecomunicações com variadas aplicações; e, 2. a cada vez mais presente internet, um grande benefício – certamente não esperado – da "guerra fria" entre duas potências econômicas e militares.

A revolucionária internet, que sepulta de vez a antiga noção de tempo e espaço, atua hoje com inumeráveis faces e interfaces, indo muito além da inicial área da informação e da comunicação. Por isto, endeusam-se os fenômenos (no sentido grego, de aquilo que se manifesta) e as maravilhas atuais da utilização de pequenos e velozes aparelhos de longo alcance. Que, no entanto, tão rápido aparecem e espantam como logo ficam obsoletos, ultrapassados. São mitos modernos?

Poucos perceberam que, nos dois ou três últimos séculos, década em seguida à outra década, já vinha sendo inacreditável a velocidade técnica e tecnológica desta civilização que, por muitos séculos e vários milênios, viveu apenas da agricultura, comercialização de produtos rurais e ou do artesanato. Visava-se quase somente a sobrevivência e/ou a preparação para a guerra e embates locais e, de repente, pela Revolução Industrial, virou outro mundo.

Do ponto de vista da longa história, são muito recentes invenções como o trem, o avião, o automóvel e outros meios de transporte, o simples e tão útil elevador dos prédios, a laboriosa máquina de lavar roupas, a eficiente lâmina de barbear e mesmo os xampus e outros modernos produtos para a higiene pessoal e em benefício da saúde.

A internet e o computador não param, hoje, de turbinar novas tecnologias para a mídia; primeiro, a impressa em jornais e revistas e, agora, imenso universo virtual de informação via *sites* jornalísticos e/ou espaços de relacionamento

social. O digital migrou, quase ao mesmo tempo, para a tela cada vez mais larga e bem definida dos receptores de imagens da televisão (em casa ou nos estádios esportivos) e para o áudio de músicas e textos das emissoras de rádio inclusive acessíveis pela web.

É o poder da comunicação na ponta dos dedos.

Poder que liberta e ao mesmo tempo escraviza. Por tudo isto, ficaria difícil, para qualquer um, explicar a tetravós nossos porque algumas pessoas não acham haver vida sem o intenso manusear desses pequenos e velozes aparelhos móveis de comunicação, numa incessante e frenética troca de textos e imagens.

Com esta secular essência, a transformação vai sendo ampla, geral e irrestrita.

Como na anterior revolução, a industrial, a de 1750, produz-se outro novo e fantástico mundo, para o qual, porém, não se conseguiria dar partida sem observar e entender aquela essência filosófica das coisas e repetir princípios fundadores, oriundos da mesma fonte cultural grega que alimenta os Jogos Olímpicos de hoje.

Hoje, e por certo para o futuro, como aqui se demonstra através de um curioso passeio pelo uso de palavras e imagens, essência e pilares são os mesmos de sempre, em todas as antigas e novas formas de comunicação: na mídia, no livro, no teatro, no cinema, no rádio, na televisão e na internet.

Inclusive nos fascinantes jogos eletrônicos que, na maioria de seus enredos, outra vez criam mitos, heróis e cenários épicos para disputas, embates, combates e "guerras".

2. A essência e os fundamentos, segundo Aristóteles

Não que Aristóteles (384-322 a.C.) seja o patriarca de todas as formas e meios de comunicação, mas certamente porque foi quem primeiro percebeu, pelo uso da lógica e pelo profundo conhecimento e sabedoria sobre o ser humano, que existe uma estrutura responsável pelos mecanismos do pensamento e para a duplicação em falas e imagens. A astuta percepção é do homem filósofo.

No entanto, foi o próprio ser humano, na verdade, e isto desde os primórdios, quem precisou criar arte e usar o às vezes rudimentar raciocínio para traduzir tudo o que pensava em linguagens práticas para a comunicação com os seus semelhantes.

Por que, então, a prioridade apontando para Aristóteles? E como efetivamente se mostram semelhantes e básicos esses fundamentos da comunicação?

Necessário agora repetir algumas observações do estudo anterior para entender o natural desdobramento visto e adotado porque, como dizia Aristóteles em sua *Metafísica* (livro I, 3, 25), "só dizemos conhecer uma coisa quando conhecemos a sua primeira causa".

E, assim, há quase 25 séculos, na cultura ocidental, sabe-se que todas as coisas têm um princípio e, conhecendo a sua origem, é possível melhor conhecê-las.

Este princípio é chamado de *fundamento*, no direto significar da palavra: o que inicia, funda, dá base, fundamenta. Sabe-se ainda, pelo pensamento filosófico, que "as coisas são ou não são". E, em seu modo de ser/existir, algumas coisas "o são apenas em ato, outras em potência e outras tantas em potência como em ato".

Ao desvelar, pela arte do discurso, "o que é próprio para persuadir" e ditar normas do informar (dar a conhecer), para argumentar, Aristóteles para sempre beneficiou oradores, advogados, jornalistas e publicitários. Arte que passeia pelo direito, pela política e pela comunicação e hoje chega a todo o ouvinte, leitor ou telespectador. São técnicas nas quais os gregos, e posteriormente os romanos, foram especialmente notáveis.

Acrescente-se, por oportuno: é engenho e arte que estão agora universalizados e na palma das mãos e nos dedos agitados de qualquer portador dos pequenos e notáveis aparelhos móveis de telefonia e acesso à internet, que permitem enviar os essenciais textos e imagens em velocidade e quantidades cada vez mais expressivas e significantes.

Mas, qual a estrutura básica (e sistemática) dos fundamentos da comunicação? Quais são os pilares definidos por Aristóteles, para o uso inicialmente do orador da sua época e depois nos textos acadêmicos, transpostos para toda a mídia e hoje espalhados e disseminados nas mais diversas formas e meios de expressão da linguagem escrita e falada, essência do necessário conteúdo de palavras e imagens?

A resposta deixará evidente porque o filósofo, nascido alguns séculos antes da Era Cristã, ainda permanece soberano, com sua lógica e sua argumentação, iluminando e expandindo os caminhos da comunicação real e da agora realidade virtual, surgida nos computadores e transportada sem fim pelas teias e redes da internet.

Essa estrutura fundamental permite indicar qual a maneira adequada de criar imagens e transmitir pensamentos claros. É, de novo, através do raciocínio encadeado pela lógica que possibilita conclusões exatas e corretas a respeito dos fatos observados e destacados para descrição, narração e argumentação.

Pioneiro, Aristóteles percebeu que "no que se refere ao raciocínio não tínhamos nenhum trabalho anterior" e era necessário criar e sistematizar o seu uso. Foi, ao consolidar saberes sobre a ética (modo de ser e agir no respeito ao próximo e em benefício do interesse coletivo), quem ao mesmo tempo trouxe a lógica para ajudar a refutar e combater argumentos e raciocínios falsos. Lógica e ética, portanto, juntas têm igual objetivo. É a virtude intelectual somada à "virtude da alma". Sistemática e fundamental estrutura para todas as formas e meios de comunicação, inclusive os agora decorrentes dos chamados avanços tecnológicos.

Na narrativa jornalística, impressa ou naquela virtual das chamadas mídias sociais, há sempre o lide/abertura que guia e dá sentido à continuidade da narração, despertando logo de início o interesse pelo tema e levando o receptor (leitor, ouvinte, telespectador, internauta ou simples usuário de *smartphones*) a produzir informações e histórias.

Essa abertura era chamada de *exórdio* por Aristóteles "para que o ouvinte seja informado da questão tratada e para que seu pensamento não fique em suspense, visto que *o que é indeterminado faz vaguear o espírito*". Pondo, por assim dizer, nas mãos do ouvinte o início da obra, explica Aristóteles, permite-se a ele seguir sem interrupção o desenvolvimento.

Ou, nas próprias palavras do mais original mestre de oratória, deve-se começar "por exprimir logo de entrada o que se pretende dizer e se apresente o plano". Seguem-se ao *exórdio* outras aberturas na exposição e apresentação das provas e testemunhos, para assim "fazer a demonstração", permitindo que se chegue ao epílogo ou conclusão.

Na *Arte retórica*, capítulo XIII, está bem definida a estrutura da rota natural do roteiro, o caminho a ser seguido no discurso.

> É impossível não fazer a demonstração sem previamente ter anunciado o assunto: com efeito, quando se demonstra, demonstra-se alguma coisa e só se anuncia alguma coisa a fim de demonstrá-la (...) Assim, pois, de obrigatório só há a proposição e a prova. Eis o que pertence propriamente ao discurso. No máximo, podemos admitir: o exórdio, a exposição, a prova, o epílogo.

São coisas essenciais e fundamentos para novos conhecimentos e conclusões.

Na essência da estrutura narrativa estão textos e imagens indispensáveis à transmissão dos pensamentos.

Os fundamentos dão toda a sustentação para a exata e correta narração, descrição e argumentação dos fatos.

São, portanto, inúmeras e preciosas as lições passadas por Aristóteles, não apenas para o orador nas cidades gregas, mas para todo e qualquer comunicador de qualquer época ou tempo. Use-se tal ou qual técnica ou instrumento, não apenas o único e natural canal de voz de um indivíduo orador.

Interessante registrar aqui que a essência e os fundamentos, amparados pela lógica, aparecem e despontam na *Arte retórica, Tópicos, Metafísica* e outras obras do filósofo, em uma época em que o discurso oral, a oratória, era a principal forma de comunicação, embora já existissem no teatro e na poesia, mas ainda estavam a muitos séculos do acesso a ser disseminado pelos meios de comunicação.

Não existiam, não se precisa lembrar, o jornal, a revista, o rádio, o cinema, a televisão e muito menos a internet. No entanto, aquelas lições sobre o conteúdo e o modo de comunicar permanecem válidas até hoje, como provavelmente permanecerão válidas em sua essência, princípios e fundamentos como básicos para a construção e o desdobramento futuro de qualquer meio e forma de expressar o pensamento humano.

Por exemplo, no Capítulo XVI da *Arte retórica*, após repudiar o uso excessivo de palavras (prolixidade) "no exórdio, na narrativa ou na exposição das provas", Aristóteles sabiamente adverte que o que fica bem "não é a rapidez, nem a concisão, mas a justa medida", porque a justa medida "consiste em dizer tudo quanto ilustra o assunto, ou prove que o fato se deu" e que esse fato "teve a importância que lhe atribuímos".

Acrescenta ele haver duas partes distintas no discurso do orador e ressalta que o expositor dos fatos não faz parte dos acontecimentos, e sim usa a sua arte para mostrar características essenciais. Quanto às partes do discurso, ressalta, há "uma que não depende da arte, já que o orador em nada é a causa dos atos que expõe, e outra que depende da arte. Esta última consiste em mostrar que o fato existe ou que é incrível, ou que tal ou tal, ou que tem tal importância", ou mesmo em expor todos os caracteres a um só tempo.

No que se refere à arte oratória apontada por Aristóteles – ou seja, a capacidade técnica e criativa de elaboração e ordenação de uma narrativa –, os bons profissionais da mídia, assim como os escritores e outros responsáveis pelo desenvolvimento de textos, *scripts* ou roteiros de documentários, filmes, peças teatrais e páginas ou *sites* na internet sabem que, ao longo da criação e execução de um roteiro (estrutura da narrativa), há a necessidade de articular

sequência lógica de parágrafos e que os parágrafos sejam ordenados de forma encadeada, desdobrados passo a passo, para dar ritmo à narração, à descrição e à argumentação do assunto escolhido.

Após o exórdio, as aberturas, umas após as outras, desenvolvem a história com princípio, meio e fim. A finalidade é, ao despertar e estimular o raciocínio lógico, prender a atenção de quem lê, ouve, vê ou navega *on-line*.

Afirmou, a propósito, Goffredo Telles Júnior (professor de direito da USP e autor de textos sobre o filósofo grego), que a lógica foi "o caso único de uma ciência criada, integralmente, de sua primeira à última proposição por uma só pessoa". Para ele, a maior glória de Aristóteles foi exatamente "a de haver descoberto todas as leis ideais da argumentação", ao criar e construir "a ciência diretiva da operação de raciocinar que, posteriormente, passou a se chamar lógica".

Nos *Tópicos*, o próprio Aristóteles define o raciocínio como "argumento em que, estabelecidas certas coisas, outras coisas diferentes se deduzem necessariamente das primeiras". Apoiado na argumentação dialética (a partir "de opiniões geralmente aceitas"), escreveu a *Arte retórica*, dividindo o discurso em partes naturais e tendo como objetivo principal a "arte das provas". Esta "arte das provas" é por ele definida como a habilidade do orador de discernir em cada questão o que seja apto a persuadir.

Persuadir a quem?

Ao receptor do discurso, isto é, persuadir a quem ouve a narrativa. Para provar o quê, segundo Aristóteles? O verossímil (o que parece verdadeiro), não a verdade provada e comprovada sobre as coisas. Isto, ensina Aristóteles, "é tarefa da ciência", como havia alertado no Capítulo I da *Arte retórica*. Ou seja, o discurso do orador objetiva persuadir sobre verossimilhanças e opiniões, enquanto é tarefa e caberia à ciência partir na busca constante daquela verdade, provada e comprovada, sobre os fatos e acontecimentos. Com todo o cuidado, no entanto: o orador não poderia nem deveria repetir frágeis argumentos e raciocínios falsos, como nos discursos dos filósofos sofistas. Ao contrário, Aristóteles critica os que até então mostraram nas artes retóricas "apenas uma pequena parte da matéria", sentenciando: "só as provas dizem respeito à Arte (arte retórica), sendo tudo mais acessório".

Pode-se comparar a ênfase nas provas, em especial as testemunhais, sustentadas pela retórica aristotélica, com a necessidade e importância das boas fontes de informação para os jornalistas. Ou seja, comparar versões, testemunhos e depoimentos, na argumentação apresentada junto com a narrativa e descrição

dos fatos. Das provas vai depender a tão desejada exatidão da notícia, que gera credibilidade e confiança do receptor/ouvinte no orador/narrador/comunicador.

O jornalista, por certo, continuará tendo como objetivo supremo a verdade, mas somente conseguirá trabalhar e alcançar, na imensa maioria das vezes, o que é verossímil. Isto é, o que parece verdade para ele – pelo que apurou, viu e ouviu. Esta é a "verdade", dele e de seus entrevistados.

Segundo já admitia Aristóteles, em sua *Metafísica* (Livro II), cada um diz até algo de verdadeiro sobre a natureza das coisas, mas a pesquisa da verdade inteira "é difícil". Por isto, no Capítulo XVII, Livro Terceiro da *Arte retórica,* recomenda o uso das provas e sugere, como o melhor para o entendimento, que essas provas sejam demonstrativas. Para demonstrar o quê? "Que o fato sucedeu ou não sucedeu". (Parece então um editor da mídia cobrando exatidão e correção, na narrativa e na descrição no texto da matéria jornalística). Em resumo, eis aqui algumas definições de Aristóteles que permitem entender certos fundamentos da comunicação:

Abertura do discurso – "O exórdio é o começo do discurso; o que lhe corresponde em poesia é o prólogo... São outros tantos começos que, por assim dizer, abrem caminho ao que vai seguir. Nos discursos comparativos, começa-se por exprimir logo de entrada o que se pretende dizer" (Da *Arte retórica*).

Objetivo do discurso – "A narração no gênero demonstrativo não é contínua, mas dividida em muitas partes: é mister expor pormenorizadamente os atos que formam o fundo do discurso. Com efeito, este compõe-se de duas partes: uma que não depende da arte, já que o orador em nada é causa dos atos que expõe; e outra que depende da arte. Esta última consiste em mostrar que o fato existe ou que é incrível, ou que é tal e qual, ou que tem importância, ou mesmo expor todas essas características a um tempo" (Da *Arte retórica*).

Das partes do discurso – "O discurso comporta duas partes, pois necessariamente importa indicar o assunto que se trata e, em seguida, fazer a demonstração... Só se anuncia uma coisa a fim de demonstrá-la. A primeira dessas operações é a exposição, a segunda, a prova; o que equivale a fazer a distinção entre a questão, de um lado, e, de outro, a demonstração... Assim, de obrigatório só há a proposição e a prova. Eis o que pertence propriamente ao discurso. No máximo, podemos admitir: o exórdio, a exposição, a prova, o epílogo" (Da *Arte retórica*).

Conclusão – "A conclusão não deve ser expressa sob a forma de uma pergunta; se o for, e o homem sacudir negativamente a cabeça, dará a impressão de que o raciocínio falhou" (Dos *Tópicos*).

3. Os tipos e finalidades da linguagem

Na expressão do pensamento, além da arte do discurso, existem outros usos, tipos e/ou finalidades específicas e próprias para a linguagem humana, falada e escrita, seja ela em qualquer língua, sociedade ou época.

Incluindo-se a oratória, tal como descrita e ensinada por Aristóteles, são cinco as modalidades da linguagem, na comunicação humana:

a) A *dissertação* – o simples falar e/ou escrever sobre alguma coisa;

b) A *narração* – o falar e/ou escrever para contar um fato ou acontecimento;

c) A *descrição* – o falar e/ou escrever para descrever um fato, cenário ou perfil de alguém;

d) A *argumentação* – o falar e/ou escrever para apontar argumentos positivos ou negativos, sem querer convencer a respeito; e,

e) A *retórica*, ou arte do discurso (oral ou escrito), esta sim voltada para a persuasão e o convencimento.

Mude-se aqui esta ordem de análise dos usos da linguagem, para melhor desvendar e conhecer características, objetivos e finalidades de cada tipo, novamente a começar pela arte de comunicação do simples orador.

Retórica – A finalidade dela – repete-se – é a persuasão. Analisou-se, conforme o ensinamento de Aristóteles, como funciona a *retórica* (e), a arte do discurso. O objetivo final é convencer o ouvinte. Necessita por isto de uma clara conclusão "que não pode ser em forma de pergunta", como advertiu o filósofo. A retórica aristotélica tem partes (roteiro) bem definidas: o início (exórdio), o desenvolvimento (para demonstração das provas, inclusive as testemunhais) e a conclusão (que busca o convencimento).

Argumentação – A *argumentação* (d), bastante destacada também na *Arte retórica*, facilita a apresentação das provas e, no entender de Aristóteles, melhor será recebida se apresentada e desenvolvida por testemunhas que os ouvintes conhecem e confiam. A argumentação precisa trazer com ela a lógica dos argumentos, raciocínios, depoimentos, testemunhos e falas, tendo como objetivo principal revelar um lado e o outro da questão, necessariamente.

Ou seja, deve mostrar os pontos e os tópicos a favor e os contra, deixando amplo espaço para a conclusão pessoal do receptor/ouvinte do discurso. O uso do contraditório (argumentos contra e a favor) é mais do que enfatizado e recomendado por Aristóteles, porque ajuda e facilita o trabalho do orador, na conclusão do discurso, na finalidade de convencimento e persuasão.

Descrição – A *descrição* (c) serve, como a palavra indica, para descrever, dizer como é determinada questão, fato, cenário ou personagem. Tanto quanto a narrativa, não tem tamanho definido. Pode ser maior ou menor, conforme o objeto em foco e seu interesse como atração para o ouvinte.

Narração – A *narração* (b) permite que determinado assunto, tema, questão seja contada e, pela continuada narrativa, revele a história a respeito dos acontecimentos, fatos ou pessoas. É a "história" com um roteiro desdobrado em começo, meio e fim. Não é necessário, para isto, seguir a rígida cronologia dos fatos e acontecimentos. O narrador pode montar o roteiro como julgar melhor para o desenvolvimento da sua "história". E, assim, para atrair o interesse por ela.

Dissertação – A *dissertação* (a) é a linguagem mais natural, o simples falar ou escrever sobre determinado fato, cenário ou personagem. Necessariamente, não precisa contar nada, descrever nada, nem argumentar e muito menos tentar convencer. Basta o expressar algum pensamento, ideia ou sentimento.

4. Essência e fundamentos, em todas as formas de comunicação

Visualizados tipos e usos da linguagem, podem ser agora analisados a *essência* e os *fundamentos* da comunicação.

A essência

Na *essência* da comunicação, no conteúdo dela, estão o texto para a narrativa oral ou escrita e as imagens dos fatos ou as criadas a partir do imaginário de quem narra e descreve ou simplesmente acompanha a narrativa e a descrição.

Texto e imagem compõem, assim, todas as formas de comunicação. Estão na essência, no conteúdo essencial de qualquer história a ser transmitida, qualquer modo de pensar. Texto/palavras e imagens/imaginário criam narrativas e descrições não apenas na literatura e no jornalismo, mas apresentam-se em outras formas de expressão ou arte. Ou seja, aparecem na partitura das músicas, nos traços e nas cores das pinturas e das esculturas. Como surgem no palco dos teatros, na fotografia e nas filmagens do cinema, nas falas e cenários da televisão e da internet. Em presenças e alcances contínuos e infinitos.

De quando em quando, aparecem também, do nada, em novas plataformas antes desconhecidas e que, de repente, revelam-se de pleno. Não há barreiras para esta essência do texto e das imagens. E mesmo sem o som e na escuridão, crescem no cenário e no imaginário. Por vezes, mais tocáveis até e muito mais

materializáveis. Como ontem, hoje e no futuro se apresentam e se representam. Voam livres, de lado a lado, através da força, energia e formas concretas do pensamento humano. Hoje, parecem até fazer parte dos equipamentos, instrumentos e mecanismos da comunicação, incluindo e somando os antigos, modernos ou mais avançados. Somados e misturados, se necessário. Há os que já foram (e continuam), os que são e os que serão utilizados.

Em todos, no entanto, é fácil identificar os mesmos princípios e fundamentos.

Os fundamentos

Que *fundamentos* são esses? Por que permanecem fundamentais?

Quais as suas características principais?

É fácil enumerá-los, para estudo e análise. São eles:

1. A escolha de um tema/assunto interessante;
2. A "história" a partir do tema escolhido;
3. O roteiro estrutural desta "história" (que tem início, meio e fim);
4. Os personagens que povoam e entram na "história";
5. Os cenários diversos de cada "história" (lugares e imagens).

Na linguagem humana, são inúmeros os usos e aplicações daqueles fundamentos pioneiramente identificados por Aristóteles.

Conhecidos os princípios da arte do discurso, podem ser analisados formas e meios específicos de expressão, arte e comunicação, todos tendo por base os mesmos fundamentos da retórica aristotélica: nos jornais, revistas e *sites* jornalísticos; nos livros impressos e *on-line*; no rádio; na televisão, nos documentários e nas novelas de TV; no cinema; e no vasto e infinito mundo da internet.

(Interessante fazer um breve parêntesis e anotar que todas estas ferramentas e instrumentos básicos da comunicação facilitam e servem para usos e aplicações em diversos níveis e graus do ensino e em toda a vida acadêmica, como práticas benéficas à rápida difusão do conhecimento em quaisquer habilitações e disciplinas componentes do universo dos saberes, não apenas na área de comunicação social, jornalismo, publicidade, relações públicas e decorrentes assessorias a ONGs, sindicatos, instituições públicas e privadas. Os próprios textos acadêmicos, na graduação e na pós-graduação, seguem os mesmos princípios básicos e a estrutura de formatação e apresentação, com introdução, desenvolvimento e conclusão, tal qual nas definições da *Arte retórica*).

Descritos e comparados sob os mesmos fundamentos, serão aqui diferenciados ao final de cada análise específica conforme as estruturas técnicas próprias e a respectiva tecnologia dos equipamentos utilizados.

Bastará, para isto, um rápido sobrevôo sobre os equipamentos e as tecnologias conhecidas de cada um e que interferem na apresentação e formatação do produto criado com maior ou menor destaque para o texto ou para a imagem, ou sendo a soma deles.

O primeiro passo é conhecer as funções de cada fundamento:

1. no tema/assunto;
2. na "história";
3. no roteiro (estrutura narrativa);
4. nos personagens; e
5. nos cenários.

Na comparação e aplicação dos fundamentos, devem ser definidas a razão da existência e as características funcionais de cada um, enfatizando-se mais uma vez que, por serem princípios básicos, representam a estrutura de toda e qualquer forma e meio de comunicação, tais como se fossem os pilares da construção de um prédio.

Pela ordem:

Tema/assunto – o primeiro fundamento é o da escolha do *tema*. Nada pode ser focado sem a clara indicação de um assunto, do objeto proposto, do objetivo e justificativa da comunicação. Não é qualquer assunto aleatório, mas tema que desperte interesse, traga novidades e motivações a quem dele tomar conhecimento. A falta de um bom assunto tanto inviabiliza a matéria jornalística, como dificulta o acesso à leitura de um livro, não chama a atenção para o filme, não motiva assistir a novela de televisão, nem de longe vai interessar ao usuário de redes sociais ou praticantes de jogos eletrônicos. A atenção continuaria dispersa e o espírito vagueando.

A *"história"* – escolhido o assunto, a segunda decisão fundamental é por ele chegar a uma boa *"história"* para, por exemplo, um documentário de televisão, peça de teatro ou lançamento de um filme. Isto depende no foco adequado nos contextos (histórico, econômico, social) e no que pode de fato atrair ou interessar o receptor (leitor, ouvinte, leitor, telespectador, internauta ou parceiro das redes sociais).

O *roteiro* – tem-se o tema, descobriu-se uma boa "história", o desenvolvimento dela obriga então à definição precisa do *roteiro* que facilite as etapas de produção e realização (início, meio e fim). Roteiro é rota, caminho a seguir. É a espinha dorsal de todo texto criativo, como sabem e praticam internautas, jornalistas e escritores. Não há como não previamente determiná-lo, principalmente no rádio, na televisão e no cinema.

Os personagens e os cenários – esquematizado o roteiro, fica mais fácil contar a "história", dar vida a personagens e desvendar cenas e cenários. A partir deles, cada etapa ganha rápida condição de somar diálogos, de juntar os fatos e os personagens participantes da "história". E de valorizar a obra com cenários naturais ou montados para filmagens e gravações, em estúdio ou externas.

As diferenças em função do foco no tema, das ferramentas e equipamentos – tema, "história", roteiro, personagens e cenários aparecem como fundamentos em qualquer forma e meio de comunicação, mas podem levar nomes e exigir variantes de aplicação em cada um deles, como se verá adiante, a começar pela mídia.

Não apenas porque cada forma e meio de comunicação busca diferentemente a atenção e o interesse pelo tema que foi escolhido, mas porque há necessidade, em todas as formas e meios de comunicação, de adequação às próprias diferenças e características técnicas e tecnológicas dos equipamentos de criação, produção e apresentação.

A análise da criação, em cada um, serve para confirmar que, apesar de seguirem *essência e fundamentos básicos*, verifica-se facilmente que podem apresentar feições muito específicas, o que por vezes faz esconder ou dissimular a origem comum.

Por sua vez, a visão prioritária da finalidade de comunicar, mostrar e interpretar fatos e acontecimentos ajuda a trazer de volta os ancestrais pilares básicos.

E sabe-se, então, como se reapresentam todos os fundamentos da comunicação, exatamente como foram indicados por Aristóteles na *Arte retórica*.

Como, enfim, existem na realidade objetiva da mídia e/ou em diversos meios e formas outras de comunicação, desde os atualmente rotulados de "mídias tradicionais" até outros tantos surgidos a partir dos autodenominados "avanços tecnológicos". Tradição que segue e inovações que aparecem.

Eis chegado, portanto, o momento de aprofundar a análise específica e comparativa de cada um.

Jornais, revistas e sites jornalísticos

Na mídia impressa e na sua natural duplicação na *web*, como *sites* jornalísticos fica mais fácil desvendar fundamentos porque os meios de comunicação "tradicionais" sempre buscaram, como instrumentos de poder, influenciar o receptor ávido por novidades e informação. E, mais do que isto, transformaram-se em fontes igualmente poderosas de receita

financeira como veículos para a atração e o convencimento de potenciais consumidores de produtos e serviços divulgados em anúncios e propagandas. Neste sentido, acabaram por criar muitos e cada vez mais visíveis mecanismos de persuasão, usando as mesmas e velhas técnicas milenares da arte retórica.

Por isto e para isto, as publicações impressas e os *sites* jornalísticos, por exemplo, adicionam bancos de fotos, caricaturas e charges, infográficos, quadrinhos, vídeos de entrevistas e filmagens de acontecimentos, além de *links* para outras matérias e sítios na *web*. E, para maior credibilidade, ampliam a participação e interação dos leitores, dando a eles voz e vez, em textos e imagens. E tudo isto é válido, na mídia jornalística, também para ouvintes de rádio, telespectadores de televisão e internautas.

Ou seja, no jornalismo das emissoras de rádio, no telejornalismo, no webjornalismo e nas diversas formas e meios de acesso à internet, via telefonia.

Eis em seguida como os fundamentos enumerados anteriormente: aparecem no jornalismo em geral, em especial na mídia impressa, que foi a primeira a surgir depois da retórica aristotélica:

O *tema* – a escolha de um tema interessante se faz pela pauta dos assuntos, em que o critério deve ser basicamente jornalístico; e, não, influenciado por interesses financeiros, comerciais e publicitários, ou ainda ideológicos e partidários.

A *"história"* – a "história", a partir do tema escolhido, usa estruturas e técnicas de narração e descrição para os fatos e acontecimentos, ao mesmo tempo em que valoriza a argumentação com versões diferenciadas e às vezes contraditórias (como já recomendava Aristóteles ao orador).

O *roteiro* – o roteiro da narração/descrição da "história" (com início, meio e fim) tem lide/abertura muito semelhante aos objetivos do *exórdio* da retórica aristotélica. A ela também se seguem outras aberturas, com o texto desenvolvido através de parágrafos em encadeamento lógico. Não deve haver, como na retórica do orador, conclusão para persuadir: a conclusão natural da narrativa deve ser do próprio leitor, em função do que foi exposto na matéria. Naquelas provas preconizadas pelo filósofo.

Os *personagens* – *os personagens* que entram na "história", isto é, na matéria jornalística, são os entrevistados, os que prestam depoimento ou testemunhos por terem visto ou acompanhado o fato ou acontecimento, além de autoridades e dos próprios agentes ou vítimas das ocorrências.

As imagens e cenários – os cenários da "história" (lugares e imagens) são levados ao leitor principalmente por flagrantes fotográficos, mas também por infográficos, quadrinhos, artes, gráficos, tabelas, mapas e ilustrações diversas.

Como "cenário" da matéria jornalística inclui-se o próprio *design* (diagramação) das matérias e páginas, emoldurando textos e fotos, criando espaços próprios para títulos, subtítulos, olhos e intertítulos, além de boxes e outros recursos gráficos.

No jornalismo, a diagramação/paginação/*design* das páginas de jornal e o navegar pela internet funcionam exatamente como vitrines de lojas de rua ou *shoppings*. Ou seja, como um primeiro e relevante diálogo com o receptor da paginada imagem.

Na página, como na visualização do conteúdo dos produtos da loja, põe-se em destaque o principal, sem perder de vista a recomendação aristotélica de dar logo uma visão de conjunto, a fim de melhor atrair a atenção e o interesse.

Esta é exatamente a função primordial do projeto gráfico das publicações.

Ao mesmo tempo em que lhes dá uma característica própria, a "cara" da primeira página, da capa de revista ou mesmo do *site* jornalístico, serve como indicador seguro para a imediata seleção a ser feita pelo leitor ou internauta. Ele de pronto vê qual a importância de cada assunto, pela simples ordem de apresentação no "cenário geral" da diagramação/*design*.

As diferenças em função do foco no tema, das ferramentas e equipamentos.

Para ser lida, a publicação há de ser impressa (no caso de jornais e revistas). Ou exposta na tela do monitor do computador (com a mesma técnica usada nas editorias e páginas dos jornais). Para imprimir, todo o processo hoje passa obrigatoriamente pelo computador e programas de paginação, depois nos jornais e revistas as chapas de impressão e colocação dessas chapas nas rotativas (impressoras). O editor, desta maneira, destaca notícias e informações, através de textos, artes e fotos.

O produto final aparece nas rotativas e impressoras, que constituem os equipamentos próprios para a finalidade de tornar acessíveis os textos e imagens das publicações. Sejam elas jornais e revistas que vão para as bancas e assinantes ou as utilizadas no *marketing* e na divulgação das organizações públicas e privadas do jornalismo empresarial ou institucional.

Necessariamente impressos, como os jornais e revistas, ou *e-books* apresentados para uso em telas (*tablets*), tal como os *sites* jornalísticos, os livros são publicações, acessíveis ao público. E o que são publicações, como produtos da comunicação?

Textos, imagens (fotos, gráficos, mapas) e imaginário com formatos igualmente diversificados, conforme o objetivo da edição. Impressa ou na recente forma de *e-books.*

A propósito, não há como desdenhar ou criticar livros para colorir que, para isto, prioritariamente usam traços e imagens que ganham cores, conforme a criação pessoal de cada usuário atraído, seduzido e persuadido para esta possibilidade de engenho e arte. Apenas, lidam mais com a criação de imagens e do imaginário, como no texto para o rádio, por exemplo.

Eis para comparar os fundamentos da comunicação, no formato livro:

O *tema* – é possível não escolher previamente um tema interessante? Como na mídia, há necessidade de uma pauta prévia, porque os livros, tanto quanto os fatos e acontecimento jornalísticos, servem para a abordagem, estudo e aprofundamento de assuntos os mais variados, de acordo com a utilização e público que se pretende atingir.

A *"história"* – a partir do assunto escolhido é que se desenvolve a "história" pretendida. O texto, o uso de imagens e o imaginário dependem da finalidade de cada livro, seja ele didático, romance, poesia e tantos gêneros literários já criados pela linguagem escrita humana. Ou, o agora aparentemente simples passar um lápis de cor.

O *roteiro* – cada gênero literário tem uma "história" própria e, como as matérias jornalísticas, os livros de novo seguem roteiros que definem começo, meio e fim. Isto significa desdobrar a narrativa em capítulos, como aquele encadeado desenvolvimento dos parágrafos das reportagens da mídia ou aquela prescrição definida por Aristóteles no *exórdio* ("uma abertura é seguida de outras").

Os *personagens* – eles entram na "história" criados pelo autor (na ficção) ou necessariamente existem conforme a própria temática ou objeto do livro. Por exemplo, se é uma biografia, livro didático ou reproduz certo contexto (histórico, econômico, político, social). Um personagem pode inclusive ser narrador em lugar do autor. Curioso constatar, ainda, que o próprio leitor reporta a "história" que está no livro, como se fosse um repórter de um veículo da mídia.

O que, também, faz com que o leitor tenha papel da maior importância no propósito de transformar o livro em um *best-seller*. (E qualquer semelhança com os assuntos que "bombam" nas redes sociais não é mera coincidência).

Os cenários – os lugares e imagens da "história" igualmente, como os personagens, podem ser criados pelo autor e/ou pelo imaginário dos leitores. E, da mesma forma, materializam-se em fotos, artes, reproduções como os cenários dos veículos de comunicação, da mídia impressa ou *on-line*.

As diferenças existem em função do foco no tema, mas as ferramentas e os equipamentos não diferem muito de outras publicações e impressos.

Para ser lido, como no caso de jornais e revistas, o livro necessariamente precisa ser impresso. Ou com páginas expostas na tela dos *tablets* ou outros programas e equipamentos da era digital (como o aparentemente já falecido *kindle*, criação tida como capaz de armazenar as maiores bibliotecas do mundo). São, na telinha, técnicas parecidas às usadas nas páginas dos jornais, impressos ou *on-line*, no computador. E, para imprimir, agora todo o processo passa inicialmente pelo computador e programas próprios de paginação, e depois chapas de impressão e colocação destas chapas nas rotativas (impressoras).

Em seguida, neste estudo, vão ser focalizadas as formas de comunicação criadas como desdobramento natural da fotografia, do cinema e do rádio.

Todas elas com os mesmos fundamentos da pioneira retórica aristotélica e do também precursor jornal impresso. Mídia agora que dá uma ênfase toda especial às imagens e cenários, mas cujos alicerces e essência são os mesmos, com diferença nas técnicas criativas próprias e nos equipamentos surgidos posteriormente pela evolução tecnológica das telecomunicações e da informática.

Novelas de TV e seriados

Coloca-se a televisão, na imediata sequência, porque há um novo dado curioso: embora na aparência sejam bem diferentes como forma de comunicação, as novelas de televisão, como os livros, criam roteiros e narram suas histórias em partes denominadas capítulos. E isto vale tanto para as novelas como para os seriados de filmes e documentários de TV.

Eis os fundamentos desses produtos de uma evolutiva mídia posterior ao aparecimento da fotografia (imagem parada e emoldurada), do cinema (imagens que se movem) e do rádio (áudio que o cinema incorporou à mudez das pioneiras imagens).

O *tema* – não há como pensar em novela de televisão ou seriado na programação de TV sem descobrir o que poderá ter audiência pelo foco em tema/assunto polêmico ou de interesse público bastante motivador. Até porque a televisão, como o rádio, é meio de comunicação que mexe com o emocional, com os sentimentos individuais.

A *"história"* – é construída a partir daquele tema escolhido e trabalhada pelo entrelaçar na verdade de outras histórias, em um enredo que provoca o renovar constante pelo interesse no acompanhamento da novela ou seriado.

O *roteiro* – dá a rota, o caminho a ser seguido na narrativa da "história".

Tem início, meio e fim dividido em partes (no seriado) e em capítulos (como nos livros). Os roteiristas de novelas e seriados de televisão são igualmente tão prestigiados e valorizados como os do cinema.

A tela grande de apresentação dos filmes e a tela menor dos televisores exigem criatividade dos que desenvolvem a "história" com um tema obrigatoriamente atraente para multidões de (tele)espectadores.

Os *personagens* – são artistas que entram em cena na "história" representando tipos de pessoas, perfis definidos de indivíduos, sempre para o bem ou para o mal. Podem mudar de importância, aumentar ou diminuir suas falas conforme o gosto popular, o resultado mostrado pelas pesquisas de opinião pública.

Interessante verificar que, por entrarem em nossas casas coloridos, bem vestidos e caracterizados, os personagens de novelas provocam reações diversas, como as visitas que recebemos. São observados pelo modo de ser e agir, pela maneira de se vestir e de tratar os outros. Criam vida como pessoas reais e, assim, os artistas passam a ser vistos nas ruas como os próprios personagens que representam.

Os *cenários* – na novela e nos seriados de TV, como nos filmes, os cenários podem ser cuidadosamente montados em estúdios e "cidades cinematográficas" ou valerem-se da rua, em lugares cuidadosamente selecionados para a tomada das imagens, em cenas externas. Diferem do cinema e do teatro, porém, porque no estúdio de TV há um limite de espaço, imposto pelos cenários e equipamentos da televisão. Nota-se, por exemplo, que por isto os artistas se movem bem menos, ao se apresentarem para o foco das câmeras de televisão, nos cenários das novelas.

As diferenças em função do foco no tema, das ferramentas e equipamentos.

Quando as emissoras de televisão passaram do sistema analógico para o digital, foi marcante a diferença na definição de sua principal característica

que é a apresentação das imagens. A TV se transformou e obrigou a mudanças no modo de ser e agir dos personagens e formato dos cenários, além da qualidade das falas e do áudio.

Esta definição e esta qualidade continuam sendo afetadas, para melhor, em função dos avanços tecnológicos. O que não se precisou mudar foram as características e exigências básicas dos textos e imagens (ao vivo ou gravadas), como essência e fundamentos da mídia televisiva.

Documentários de TV

Os documentários de televisão, tal qual no cinema, são um misto de jornalismo (texto para narrativas) e de mídia de imagens. Como não poderia deixar de ser, em suas características assemelham-se aos filmes, na essência e nos fundamentos, a saber:

O *tema* – há prévia necessidade de escolha de um tema interessante. Exige, como nos jornais e revistas, título forte, chamativo e atraente que sintetize o assunto a ser focalizado. Como no livro, seus temas e focos podem ser bastante variados e os textos e imagens igualmente diversificados nos seus contextos.

Os documentários contam histórias reais, entram pela ficção, observam costumes sociais, analisam fatos e acontecimentos econômicos, financeiros e contextualizam situações políticas e da história nacional do país ou de outros países etc. Mas é na essência e nos fundamentos uma narrativa, novamente com o uso de falas e imagens.

A *"história"* – estrutura-se a partir do tema escolhido, como em mídia analisada anteriormente. Fica mais fácil e agradável de acompanhar se coloca um narrador próprio, que vai informando e comentando cada passo dos fatos e acontecimentos.

O *roteiro* – o roteiro da "história" tem início, meio e fim a critério do autor/produtor do documentário. Que usa um *script* próprio para isto, misturando falas, imagens e cenas em desenrolar ordenado em função do objetivo pretendido. Os documentários de TV podem usar imagens mudas ou gravadas de arquivo próprio ou de alguma fonte consultada ou pesquisada.

Os *personagens* – como nas reportagens, nos livros, no cinema e na televisão entram em cena em decorrência do roteiro da história. E, como tal, podem ser pessoas reais, especialistas no assunto em foco, testemunhas ocasionais, personagens narradores e narradores que ancoram a história, para melhor desenvolvimento e roteiro do tema.

Os *cenários* – são lugares e cenas filmadas, internas e/ou externas, de acordo com a "história" que está sendo narrada e/ou descrita. Como ocorre também no imaginário do livro ou nas cenas de filmes e de televisão.

As diferenças em função do foco no tema, das ferramentas e equipamentos.

São técnicas próprias, tecnologias e equipamentos, utilizados como no cinema e na televisão.

Filmes para cinema e vídeos na web

O *tema* – de novo, o começo de tudo é pela escolha de um tema interessante. Outra vez, como nas reportagens jornalísticas, nos livros, nas novelas de televisão e nos documentários e seriados, há um leque enorme de assuntos, textos e contextos, imagens e imaginário à disposição de um autor criativo. As imagens são de novo mais importantes, pelo impacto visual. Tal e qual na no velho e antigo registro fotográfico.

Tradicionalmente, os temas nos filmes exigem longas metragens de material gravado que, antes do formato final, passam pela minuciosa seleção de um chamado "copião".

Hoje, com muita frequência e renovação criativa, há os *curtas*, bem menores, mas igualmente impactantes, principalmente no formato de vídeos para inserção na web, outra vez com variados objetivos e propósitos em sua divulgação.

A *"história"* – novamente, desenvolvem-se narrando e descrevendo o proposto no tema escolhido, sempre valorizando mais as imagens do que as falas. Não custa lembrar que o cinema começou mudo e com poucos quadros de imagens gravadas. Era apenas a fotografia em movimento. Curioso relembrar que uma outra mídia, que aparentemente nada tem com o cinema, foi que transformou o filme mudo em falado, em 1927, depois do aparecimento do áudio das emissoras de rádio.

O *roteiro* – o roteiro da "história" marca o início, o meio e o fim do vídeo ou filme, com uma característica a se observar. Dependendo da "história" quase nunca precisa ser por ordem cronológica. Ou seja, o autor pode começar por onde quiser para contar a história, mesmo pelo meio e até iniciando pelo fim. Em vários casos, isto significa mostrar e transmitir com muito mais emoção.

Os *personagens* – os personagens entram na "história" através de atores que são quase sempre meros repetidores de textos e diálogos, mas dominam as

cenas com suas atuações e passam a ser vistos como o principal, mais até do que os diretores que determinam como devem atuar e esquecendo-se que os roteiristas dos filmes, na verdade, é que estabelecem as falas e padrões para atores e diretores.

Por isto, como nas novelas de TV de grande audiência e horários chamados nobres, os bons roteiristas de cinema são muito procurados e recebem belas remunerações por seu trabalho em criar e escrever o que será filmado, seja uma história de ficção ou baseada em obras literárias ou documentos de uma história real.

Os *cenários* – os cenários são os lugares e as imagens em estúdio e/ou externas. Ambientam as histórias e nos cenários se movimentam atores em cena e diretores e técnicos os mais diversos, nos bastidores das filmagens.

Há algum tempo, podem ser criados artificialmente nos computadores e até misturar real e virtual, desenhos e pessoas.

Neste sentido, os chamados efeitos especiais revelaram o criativo trabalho de muitos novos diretores de cinema que, na tela, trouxeram mais emoções, impactos e realidade às imagens filmadas.

As diferenças em função do foco no tema, das ferramentas e equipamentos.

No cinema, o fenômeno, o fantástico e o espanto somam-se de forma envolvente, quanto mais vão sendo aperfeiçoados os equipamentos decorrentes dos avanços da informática e filmadoras digitalizadas.

Tudo agora pode ser pré-editado, no mesmo momento da gravação.

São técnicas e ferramentas poderosas que, no entanto, não substituem o olhar atento e seletivo de quem filma e escolhe imagens, trazendo as mais complexas e interessantes leituras para o futuro espectador.

Ou seja, permanece a obrigatoriedade de um olhar inteligente, texto e imagem sob contextualização previamente determinada.

Peças teatrais

O teatro está nos primórdios da comunicação.

Já existia quando Aristóteles criou os fundamentos do discurso do orador.

Peças teatrais começaram inclusive como monólogos, falas de um único orador. Isto é, tal qual o orador na arte retórica, o ator apresentava e representava textos poéticos, épicos e/ou narrativos.

Nada mais roteirizado, também, do que uma peça teatral, em três atos, como no teatro clássico grego. Nele estão evidentes a essência e os fundamentos da comunicação, que permanecem até hoje na evidência característica de novos personagens e roteiros para o cinema, a televisão e, sem dúvida, nas multifaces da internet. Até os radialistas e apresentadoras de programas de rádio ganharam palco para a transmissão de imagens em *sites* das emissoras, além das vozes marcantes de suas narrações.

O teatro, como se pode ver, tem as mesmas exigências, artes e ofícios da comunicação em si.

O *tema* – qualquer que seja a forma de apresentação de uma peça teatral e o público a que ela se volte e atraia, há a necessidade prévia de escolha de um tema interessante. E este tema necessita de um título, tal qual uma reportagem, o assunto de um livro, o cartaz de um filme ou a abertura de uma novela de televisão.

A *"história"* – a história é a própria peça teatral representada a partir de um tema escolhido, desde os antigos gregos e até hoje.

O *roteiro* – o roteiro da história tem início, meio e fim, naquele teatro clássico, em três atos. Tradicionalmente, cada parte encerrada pelo fechamento de pesadas cortinas, para que possam ser trocados os cenários, possam entrar em cena outros personagens ou os mesmos personagens com outro vestuário.

Os *personagens* – os personagens, no teatro clássico grego, usavam máscaras que encobriam seus rostos e serviam para definir o tipo de personagem da história encenada e, ao mesmo tempo, o seu estado de ânimo (alegre, triste, indiferente). A própria palavra personagem vem de *persona*. Ou seja, a voz que chega através, vinda por trás daquela imagem facial empunhada pelo ator. Como se sabe, daí também veio a etimologia da palavra *pessoa*, em nossa língua.

Interessante destacar que os atores, no teatro, têm um largo espaço para representar, podendo movimentar-se bastante, ao contrário, por exemplo, do ator de televisão, limitado pelo ângulo das câmeras.

Além disto, precisam de treino para a educação e colocação da voz, pois devem ser escutados em todas as fileiras de cadeiras do teatro, prédio que, igualmente por esta razão, necessita de boa acústica e iluminação.

Tanto para peças normais como para os musicais e óperas famosas.

Os *cenários* – na peça teatral, os cenários mudam, a cada ato, se necessário, mas estão no mesmo local: o palco em que os atores vão atuar. Durante o espetáculo, nos intervalos, podem ser trocados móveis e outras partes do cenário e mudado o foco e as cores da iluminação para maior destaque do que então é apresentado.

As diferenças em função do foco no tema, das ferramentas e equipamentos.

O teatro, como em outras modalidades de apresentação de texto e imagens, tem uma gama enorme de equipamentos próprios, manejados por profissionais e operadores os mais diversos.

Como no cinema, carpinteiros e montadores de móveis e cenários, operadores de som e de canhões de luz, iluminadores e eletricistas, etc.

Tudo dependente do conteúdo e essência (texto e imagens) do que será apresentado e representado como espetáculo.

Nas redes sociais, na interatividade do uso de celulares e nos jogos eletrônicos

Fica fácil, agora, entender os tais avanços tecnológicos e a mídia nova chamada genericamente de internet, em uma rede que em sua essência e fundamentos repete, muda, transforma e amplia a essência e os fundamentos da comunicação, para isto utilizando outros tipos de aparelhos e equipamentos, técnicas até semelhantes mas com tecnologias diferenciadas.

É possível criar algo inteiramente novo, sem recorrer a antigos e garantidos alicerces fundadores?

É possível ignorar a essência das coisas?

Por isto, outra vez e sempre, há mais uma vez a necessidade de definir:

1. a escolha prévia de um *tema* interessante;
2. o conteúdo de uma *história*, a partir deste tema escolhido;
3. o *roteiro* (início, meio e fim) do que será focalizado;
4. os *personagens* que entram na história;
5. os *cenários* (lugares e imagens) que mostram e ajudam a entender o que está sendo focalizado.

Lógico que, nesta comunicação dos novos tempos, há diferenças em função do foco atual dos temas, do uso de outros equipamentos e ferramentas.

Veja-se, no entanto.

A essência (texto e imagens) é a mesma de sempre, inclusive e principalmente quando o comunicar é através do *Facebook* e do *Twitter*, com mensagens através de palavras e fotos, cenas filmadas.

Já percebeu porque, no *Face*, são outra vez usadas palavras (texto) e fotos?

Verifique-se agora que os jogos eletrônicos, hoje maravilha do lazer e do avanço tecnológico, dependem de um *designer*, em função de sua estética; do

animador (especialistas em computação gráfica) para organizar personagens e objetos; do editor de som e vídeo; do programador que põe os jogos para funcionar; do técnico em 3D, que crie imagens e use *softwares* gráficos; e, de um *roteirista*, que pense e escreva a história do jogo.

Tudo isto não lhe parece "tradicional" até e algo bem familiar, na comunicação?

O sonho de uma tela única para TV e para os computadores está chegando às lojas, através de uma interface chamada *AndroidTV*, com aplicativos que rodam nos *tablets* e *smartphones*.

E o tão avançado e prestigiado *smartphone* está prestes a perder a batalha para o *zenfone*, da Asus, uma empresa oriental.

O CD (*compact disc*) completa 33 anos e, ainda tão jovem, já estaria sem futuro porque, explica-se, não há mais necessidade de suporte físico para a música.

O *Google* teve recentemente de virar *Alphabet*, nova denominação do grupo, para não ser atropelado por suas próprias e velozes passadas.

(Curioso que o novo nome vem de alfa e beta, exatamente as primeiras letras do alfabeto grego, criado por volta do ano 700 antes da era cristã).

Outra coisa.

É o mesmo, de semanas, anos ou meses atrás o celular/*smartphone* que está em suas mãos, neste momento? O anterior não teria ficado tão velho e ultrapassado quanto se aponta desdenhosamente em direção a outras formas e meios de comunicação?

Os avanços tecnológicos – união de informática, telefonia e telecomunicações – praticamente começaram agora, na história da humanidade: o computador pessoal tem cerca de 30 anos e o uso universal da internet, apenas pouco mais de 20 anos.

Na internet, sem dúvida, há a duplicação dos meios de comunicação e do mundo de sempre, inclusive com todas as suas virtudes e defeitos de séculos.

O que ficou mais esperto e ativo na *web* foi o velho e tradicional *171*, porque dispõe ele agora de ferramentas mais ágeis, menos entendidas pelo público em geral e mais difíceis de fiscalizar e/ou evitar sua agressividade e "esperteza".

Mas tem como ser evitado e repelido, deletado.

Basta usar a ética e a lógica.

5. Os 10 mandamentos da comunicação

Para concluir, e como resultado mesmo da análise da essência e dos fundamentos aqui estudados e aprofundados, sintetiza-se o que poderiam ser "Os 10 mandamentos da comunicação". Porém, previamente se adverte, não são normas e deveres para seguir cegamente. Respeita-se o *livre arbítrio* e cada um continuará a ser individualmente julgado segundo suas obras. Ou seja, avaliado conforme a escolha individual de seus temas, histórias, roteiros, personagens e cenários e, ainda, nos meios e formas de comunicação, pelas técnicas, tecnologias e equipamentos preferidos para a criação e realização de seus produtos e obras.

A palavra é uma arma. Use-a com bom senso e moderação.

Além disto, precisam ser simples (acessíveis a todos), claras (sem deixar dúvidas), objetivas (dizer logo o que se deseja), diretas (escritas em uma ordem sem rodeios) e concisas (poucas palavras, sem repetição desnecessária, como recomendado por Aristóteles).

Esses 10 mandamentos, enumerados a seguir, são na sua quase totalidade uma tentativa de síntese do pensamento aristotélico sobre ética e lógica, acrescida pelo autor deste estudo acadêmico de variadas técnicas, saberes e conhecimentos sobre práticas profissionais, testadas e aperfeiçoadas ao longo dos tempos, nos veículos de comunicação em que trabalhou.

1º. Mandamento:

Jamais esqueça que conteúdo é o valor supremo da comunicação.

Por isto, o uso de palavras e imagens tem a função principal de significar e revelar o que se pretende informar.

A propósito, informar significa dar forma, mostrar o que é e como se apresenta, para que se possa fazer leitura exata do que foi transmitido.

Comunicar, por sua vez, é bem mais do que informar: significa passar informações, tornando-as comuns, acessíveis e de interesse de todos.

E comunicação social, que é utilizada pelas formas e meios de comunicação, deve obrigatoriamente e sempre trazer a possibilidade do receptor ter visão própria e crítica do que acontece. Preserve-se e defenda-se o interesse público, do cidadão e da sociedade, na aberta visão de variados contextos.

2º. Mandamento:

Seja criativo e respeite o direito autoral dos outros.

Abandone o *cc* e o *cv* leviano e superficial, antigo e ultrapassado. O novo não é o repetido, publicado, conhecido. É outra luz sobre o tema. Use ideias e informações, mas não repita o texto alheio como se fosse seu. Isto é crime.

3º. Mandamento:

Pesquise muito um tema, antes de definir a escolha e o formato a usar.

Na comunicação, a pesquisa permite que se conheça o que já foi pensado, escrito, falado e filmado a respeito de qualquer assunto. E isto pode ser feito não apenas na internet, mas em livros, trabalhos acadêmicos, gravações, documentários e filmes sobre o tema. Não estreite e comprima o seu conhecimento.

4º. Mandamento:

Não tente depois, autoritariamente, "fazer a cabeça" do próximo.

Isto é desrespeito ao outro. Tremenda falta de ética. Todo mundo tem direito ao acesso à informação exata e correta. Ou seja, argumente sem querer persuadir.

Ao contrário, mostre sempre, com palavras e imagens, o contraditório das coisas.

5º. Mandamento:

Nunca julgue o próximo, muito menos pela ótica de seus preconceitos.

Respeite o outro como ele é: igual a você, não como você imagina que é.

E seja generoso e aberto, na expressão e no diálogo de palavras, gestos e imagens. Nunca julgue sem ouvir e objetivamente conhecer.

Subjetividade inconsequente é apenas fonte de preconceitos.

E todo preconceito é odioso e sufoca o diálogo.

6º. Mandamento:

Busque boas fontes, tanto para a consulta prévia nas pesquisas, como para depoimentos e testemunhos a serem usados na apuração e redação do texto.

Correção e exatidão no que passar.

A boa fonte é quem traz consigo o saber.

E quem, mais do que isto, é capaz de colocar um texto no contexto.

Ou em vários contextos.

7º. Mandamento:

Manipule, com muita técnica profissional, temas, entrevistas e imagens.

Nunca faça manipulações ideológicas, partidárias ou de interesses outros, espúrios e inconfessáveis. Obrigação do comunicador, repete-se, é com o cidadão e a sociedade. Como todo profissional, o comunicador deve saber usar as ferramentas profissionais adequadas para difundir informações de interesse público.

Aprenda e domine a as técnicas específicas do meio de comunicação em que vai expressar-se e atuar profissionalmente. Isto pode evitar ruídos provocados pelo uso inadequado ou intempestivo de palavras e imagens.

8º. Mandamento:

Separe e identifique o que é opinião do que é a informação.

Opinião, cada um tem a sua. E pouco vale, somente como expressão individual.

Opinião pode, porém, ter espaço realmente válido, na mídia, nos editoriais, colunas especializadas e em artigos assinados publicados nas páginas de opinião dos veículos de comunicação. Informação, por sua vez, é outra coisa, bem diferente: resulta de apuração, isto é, o tornar pura a informação, tornando-a assim precisa e exata.

Não misture fatos e desejos. Seja obrigatoriamente objetivo, deixando de lado aquele poço de subjetividade que somos, como indivíduos isoladamente.

9º. Mandamento:

Comunicar é direito de todos e um serviço público, não custa repetir.

Está na Constituição brasileira que todo mundo tem direito à expressão e comunicação. O comunicador social – jornalista, publicitário, porta-voz, assessor de imprensa, relações públicas – presta um serviço público e segue a norma constitucional.

Manda ainda a ética profissional que o comunicador tem obrigações perante a sociedade. São normas e deveres que todo profissional, de qualquer atividade, deve seguir, mas o comunicador social (inclusive o blogueiro ou produtor de texto e imagens na internet) jamais pode esquecer que é ele quem mostra as coisas e os fatos. E, sabe-se, o que não é mostrado, não existe ou é esquecido.

10º. Mandamento:

Uma coisa é ou não é; porque, o que é não pode deixar de ser; e o que não é, não pode ser. Pense nisto, com calma e ponderação.

Este pensamento é bem antigo e de um poeta/filósofo grego, Parmênides (540-450 a.C.), anterior a Aristóteles e à *Arte retórica*.

É tão fundamental como outros princípios e fundamentos aqui apresentados.

Ou seja, haverá sempre uma manifesta realidade, que ninguém conseguirá eternamente omitir, fingir que não vê ou pretender apresentar de forma inadequada e incorreta. Mesmo usando a total virtualidade e a quase sempre ligeireza na informação.

Ou é ou não é.

Mas quem decide isto não é você, e, sim, quem recebe a informação.

Ele certamente poderá perguntar: e daí?

Se os fatos narrados não o convencerem, sacudirá negativamente a cabeça e irá adiante com suas próprias ideias e pensamentos. Afinal, o humano é um ser pensante.

Referências

ARISTÓTELES. *Arte retórica e Arte poética*. Trad. Antônio Pinto de Carvalho. Estudo Introdutório de Goffredo Telles Júnior. Publicações (Clássicos de Bolso), 14ª. ed. Rio de Janeiro: Ediouro, s/d. 290 p.

_____. *Ética a Nicômaco*. Trad. Leonel Vallandro e Gerd Bornheim da versão inglesa de W. D. Ross. *Poética*. Trad. Eudoro de Souza. Seleção de textos de José Américo Motta Pessanha. São Paulo: Nova Cultural (Os Pensadores), 1987. 285p.

_____. *Órganon*. Trad. Edson Bini. Bauru: EDIPRO (Série Clássicos Edipro), 2005. 608 p.

_____. *Tópicos; Dos argumentos sofísticos*. Trad. Leonel Vallandro e Gerd Bornheim da versão inglesa de W. A. Picard. Seleção de textos de José Américo Motta Pessanha. São Paulo: Abril Cultural (Os Pensadores), 1978. 198 p.

_____. *Tópicos*. Obras Completas de Aristóteles. Coordenação de Antônio Pedro Mesquita. Trad. J. A. Segurado e Campos. Centro de Estudos Clássicos e Centro de Filosofia da Universidade de Lisboa. Edição: Imprensa Nacional – Casa da Moeda, Lisboa, Portugal, 2007. 515 p.

BITTAR, Eduardo C. B. *Curso de filosofia aristotélica: leitura e interpretação do pensamento aristotélico*. 1ª. ed. Barueri: Editora Manole, 2003. 1.436 p.

COTTA, Pery. *Jornalismo - Teoria e prática*. Rio de Janeiro: Livraria e Editora Rubio, 2005. 174 p.

_____. *Jornalismo avançado*. 1ª. ed. Rio de Janeiro: CCAA Editora, 2010. 84 p.

HÖFFE, Otfried. *Aristóteles*. Trad. Roberto Hofmeister Pich. Porto Alegre: Artmed, 2008. 296 p.

KRAUT, Richard (et al.). *Aristóteles – A ética a Nicômaco*. Trad. Alfred Storck. Porto Alegre: Artmed, 2009. 351 p.

PERELMAN, Chaïm e OLBRECHTS-TYTECA, Lucie. *Tratado da argumentação - A nova retórica.* Trad. Maria Ermantina Galvão. São Paulo: Martins Fontes, 1999. 653 p.

Resumo

Este estudo analisa formas e meios de comunicação, com o objetivo de demonstrar a importância da essência e dos fundamentos, no momento em que se debate o futuro do jornalismo impresso e de outros veículos da mídia que estariam "em vias de extinção", diante do desempenho das redes sociais e a abertura de caminhos diversos, na *web*.

Palavras-chave

Mídia - Narrativa jornalística - Formas de comunicação.

Abstract

This study analyze ways and means of communication, in order to demonstrate the importance of the essence and fundamentals at the time that debate the future of print journalism and other media outlets that would be "endangered" on performance of social networks and the opening of several ways the web.

Keywords

Media - Journalistic narrative - Forms of communication.

Résumé

Cette étude soumettre à une analyse les formes et moyens de communication, afin de démontrer l'importance de l'essence et les principes fondamentaux au moment de débattre de l'avenir de la presse écrite et d'autres médias qui seraient "en danger" sur la performance des réseaux sociaux et l'ouverture de plusieurs façons du Web.

Mots-clés

Médias - Narratives journalistiques - Formes de communication.