

Estudos e experiências de uma prática *flâneur* como alternativa ao jornalismo

*Cibeli Hespagnol Torres*¹

*Mariana Ramalho Procópio*²

Resumo

O artigo procura discutir a atividade do *flâneur* – o caminhante apaixonado pelas ruas – em sua contribuição para o jornalismo. Para tanto, buscou-se observar a *flânerie* desempenhada pelo jornalista e literato João do Rio, representada em sua obra *A alma encantadora das ruas*. A partir pesquisa bibliográfica, procedeu-se a caracterização da prática, que serviu, posteriormente, à orientação das atividades coordenadas pelo grupo no Projeto de Extensão Flanando na Praça, que teve como objetivo levar às praças de Viçosa alguns aspectos de um jornalismo literário de cunho *flâneur*. Os estudos da figura do caminhante jornalístico e as experiências vividas no projeto permitiram ainda o delineamento de possibilidades e características a um *flâneur* atual.

Palavras-chave: *Jornalismo; Jornalismo literário; Flâneur.*

Introdução

Com a modernização dos espaços urbanos, por volta do século XIX, surge uma figura atenta às transformações sociais daí decorrentes: o *flâneur*. Mãos nos bolsos, passos vagos, olhos atentos – flânar é caminhar sem rumo, mas com perspicácia. O hábito procura observar os acontecimentos da cidade moderna, infiltrando-se em locais pouco conhecidos, interessando-se por personagens incógnitas e histórias esquecidas. Charles Baudelaire,

1 Estudante de graduação do 8º período do curso de Jornalismo da Universidade Federal de Viçosa. Bolsista do programa Procultura/UFV durante os meses de fevereiro a setembro de 2013. Email: cibelihhespanhol@gmail.com

2 Doutora e Mestre em Linguística do Texto e do Discurso pela FALE/UFMG. Professora do Curso de Comunicação Social da Universidade Federal de Viçosa. Coordenadora do projeto de extensão Flanando na Praça: narrativas em fotolegendas dos espaços públicos de Viçosa. Email: mariana.procoppio@ufv.br

poeta romântico francês e grande percussor da prática de flunar, considera o “perfeito *flâneur*” como aquele que se satisfaz por viver nas ruas, e declama:

É um imenso júbilo fixar residência no numeroso, no ondulante, no movimento, no fugidio e no infinito. Estar fora de casa, e contudo sentir-se em casa onde quer que se encontre; ver o mundo, estar no centro do mundo e permanecer oculto no mundo, eis alguns dos pequenos prazeres desses espíritos independentes, apaixonados, imparciais, que a linguagem não pode definir senão toscamente. (BAUDELAIRE, 1996:170).

No Brasil, a figura de destaque é João do Rio, literato e jornalista, com suas obras que ressaltam aspectos escusos da vida carioca. Seu livro *A alma encantadora das ruas* é aqui tomado como observação, para se compreender características do ato de flunar em sua contribuição ao jornalismo. O livro constitui-se de várias crônicas referentes à cidade do Rio de Janeiro no início do século 20, num retrato social que faz jus tanto à literatura, pelo primor da linguagem, quando ao jornalismo, pela relevância factual. À época de produção e lançamento, o Rio de Janeiro vivia o momento de reforma urbana preconizado pelo prefeito Pereira Passos – processo conduzido paralelamente a uma perseguição de culturas tradicionais e camadas mais pobres da população. Enquanto o Rio procurava “civilizar-se”, voltando sua atenção aos hábitos e modas europeias, é João do Rio, através da atividade de repórter quanto *flâneur* – isto é, através da procura pelos marginalizados, pelos incógnitos e, sobretudo, pela “rua”, o espaço urbano em ascensão – quem vai realizar a obra mais relevante à época no sentido de denúncia social e reportagem literária. Naquele momento, foi a sua obra capaz de constituir retrato um profundo sobre as consequências humanas daquele momento de intensa modernização.

Assim é apreendida a *flânerie*: como uma manifestação pertencente tanto ao jornalismo como à literatura, assim contribuindo para uma comunicação que informa e narra: oferece registros verídicos, e também, ao leitor, desperta e seduz. Desta forma, aspectos como o subjetivismo e o lirismo podem também contribuir para um jornalismo de caráter sério e informativo, muitas vezes, mais profundo do que a escrita meramente factual. É o que comprova Felipe Pena, distinguindo o jornalismo literário (união entre jornalismo e literatura) das produções padronizadas dos jornais:

Significa potencializar os recursos do Jornalismo, ultrapassar os limites dos acontecimentos cotidianos, proporcionar visões amplas da realidade, exercer plenamente a cidadania, romper as correntes burocráticas do *lead*, evitar os definidores primários e, principalmente, garantir perenidade e profundidade aos relatos. No dia seguinte, o texto deve servir para algo mais do que simplesmente embulhar o peixe na feira. (PENA, 2006: 13).

A *flânerie* de João do Rio, que deixou a redação dos jornais para se lançar às ruas, possibilitou ao escritor o desenvolvimento de um fazer jornalístico que, por sua profundidade, ganhou espaço para além do momento a que se refere, e passou a constituir uma obra perene do jornalismo brasileiro. Para Marcelo Bulhões, a obra do *flâneur* carioca se configura “uma das maiores realizações da textualidade do jornalismo brasileiro em todos os tempos e uma das mais importantes realizações estéticas da conexão entre jornal e letras no Brasil” (BULHÕES, 2007: 104). E é este o tema de estudo do presente artigo: a atividade de se lançar às ruas em sua caracterização como atividade de reportar, numa produção que se apresenta nos limites e confusões entre a notícia e a literatura, de ambas aproveitando-se; e em suas possíveis contribuições a um fazer jornalístico que se dedique ao retrato da vida das pessoas anônimas, à procura pelo incógnito, pelo deixado de lado, como pauta principal. É este jornalismo, por nós estudado e caracterizado, que inspirou a realização do Projeto Flanando na Praça, e despertou reflexões sobre como se daria a atuação de um repórter *flâneur* nos dias de hoje.

Contextualização histórica: imprensa e sociedade brasileira no início do século XX

Para se compreender a atuação *flâneur* desempenhada no Brasil, é preciso, primeiramente, compreender o momento histórico no qual esta se situa. A passagem do século XIX ao século XX representou, para o país, um momento excepcional em sua história – a modernização da vida urbana carioca, de seus costumes e organizações - cujos desdobramentos inauguraram diversos aspectos que caracterizam, até hoje, a estrutura social e cultural brasileira.

Para a sociedade, o momento era de se “modernizar”: a cidade do Rio de Janeiro, então capital brasileira, passava pelo processo de reforma urbana conduzido pelo prefeito Pereira Passos a partir de 1903, e via costumes europeus entremear-se por entre as camadas da população, a organização urbana, os ditames da vida social. Para a imprensa, em sintonia com o momento, a modernização significava a urgência de se desenvolver. Ainda que desde 1808, com a inauguração da Imprensa Régia, a atividade de imprimir e veicular materiais relativos à imprensa fosse recorrente no país, apenas por volta do final do século XIX e início do século XX, esta atividade começa a ganhar os contornos de um “jornalismo” como conhecemos hoje. Isto porque a gênese da imprensa brasileira esteve ligada, a princípio, com a mobilização por lutas políticas. Os papéis impressos dos jornais

eram vistos como veículo para disseminar ideais e posições doutrinárias, aspecto este historicamente ressaltado pelas campanhas abolicionistas e republicanas.

Uma radiografia rápida da imprensa brasileira desde suas primeiras publicações evidencia as raízes políticas da atividade jornalística; constituíram-se sempre a partir de grupos de interesse que viam na imprensa um meio de propagação de suas ideias e aspirações. Juntamente com as publicações oficiais, nasciam as folhas de oposição nas pequenas cidades, na capital da província ou na própria Corte. (COHEN, 2008 :104)

Desta forma, intensa movimentação política da sociedade brasileira, durante o século XIX, esteve intimamente atrelada à sua representação na imprensa, a ponto de se constituir uma das principais características da produção dos jornais da época. E apenas a partir do advento da lógica da modernização, ligada ainda à “florescente economia urbano-industrial, em combinação com a modernização técnica e a ampliação do mercado leitor” (COHEN, 2008: 104), o jornalismo passa a contemplar uma procura maior por “fatos”, e não mais por opiniões.

Foi durante o século XIX que se verificou o desenvolvimento do primeiro *mass media*, a imprensa. A vertiginosa expansão dos jornais no século XIX permitiu a criação de novos empregos neles; um número crescente de pessoas dedica-se integralmente a uma atividade que, durante as décadas do século XIX, ganhou um objetivo – oferecer informação e não propaganda. Este novo paradigma será a luz que viu nascer valores que ainda hoje são identificados com o jornalismo: a notícia, a procura da verdade, a independência, a objetividade, e uma noção de serviço ao público – uma constelação de ideias que dá forma a uma nova visão do “polo intelectual” do campo jornalístico. (TRAQUINA, 2005: 34).

Assim, modernizar a imprensa brasileira – sendo esta modernização difundida de acordo com as influências europeias – significava imbuir na produção de jornais o valor noticioso e informativo, em consonância ainda com os ideais de racionalismo e cientificismo da época. Era preciso buscar não mais a paixão das doutrinações políticas, mas a informação da realidade. Para Marcelo Bulhões, a lógica do momento era ser atraente aos leitores, constituir-se num produto de consumo capaz de entrar em contato com as aspirações da modernidade, levando ainda, junto às notícias do dia, um estilo de vida em ascensão.

O jornal passa a ser um atraente artigo de consumo, circulando em meio a outros, compondo o figurino das massas metropolitanas, ávidas por novidade e entretenimento. Fundamentalmente, a noção de ser a notícia o valor maior da atividade jornalística está no bojo das transformações. Que não se perca aqui o que sugere a palavra valor. A notícia de fato passa a adquirir, aos poucos, a noção de produto comercial em meio a tantos outros, no interior da circulação dos bens de consumo urbanos. E, em uma condição próxima à de

mercadoria, estará cada vez mais destinada a incitar a curiosidade do público, trazendo “satisfação” aos clientes-leitores do jornal diário. (BULHÕES, 2007: 102).

As primeiras casas de imprensa do país foram inauguradas a partir de 1890, e já em 1931 um levantamento nomeado “*Estatística: da Imprensa Periódica no Brasil*” registrava, dentre 23 categorias de impressos, a quantidade de 2959 títulos jornalísticos presentes no país. Apesar do alto índice de analfabetismo da época, o hábito de ler jornais noticiosos era mais um dos costumes que o Brasil importava das cidades europeias, assim como, além das estruturas de organização política e urbana, o vestiário, as ideias filosóficas, os hábitos de lazer, enfim, “tudo ainda que fosse consumível por uma sociedade altamente urbanizada e sedenta por modelos de prestígio”. (SEVCENKO, 2003: 36).

Porém, paralelo a este celebrado processo de europeização da vida carioca, outro fenômeno, menos exaltado, porém igualmente profundo, também se dava: a marginalização das camadas populares da sociedade. E para se introduzir neste contexto a figura atuante do *flâneur*, que se lançará às ruas à procura das histórias destas camadas populares, é preciso compreender a época através do conceito de “regeneração” – atribuído à visão da prática modernizante como uma verdadeira política de higienização social, segundo a qual tudo o que não condiz à lógica dos novos tempos era explicitamente aliado. Nicolau Sevcenko, historiador brasileiro, é um dos principais estudiosos desta época de intensa mudança e importância para a história nacional. Em seu livro *Literatura como missão*, traz as problemáticas consequências de um processo que se preconizou pela transformação única de uma parcela populacional vivente do centro urbano, no sentido de aburguesá-la e modernizá-la, deixando de lado as parcelas mais pobres e carentes, numa situação que fomentou as raízes das desigualdades sociais que hoje vivemos.

Quatro princípios fundamentais regeram o transcurso dessa metamorfose, conforme veremos adiante: a condenação dos hábitos e costumes ligados pela memória à sociedade tradicional; a negação de todo e qualquer elemento de cultura popular que pudesse macular a imagem civilizada da sociedade dominante; uma política rigorosa de expulsão dos grupos populares da área central da cidade, que será praticamente isolada para o desfrute exclusivo das camadas aburguesadas; e um cosmopolitismo agressivo, profundamente identificado com a vida parisiense. (SEVCENKO, 2003: 30).

O rural dava lugar ao urbano. O pensamento racional (influência iluminista) dava os ares de cientificismo e individualismo dos novos tempos, cujo “homem perfeito” era o burguês de status social. As mulheres não tinham “dor de cabeça”, mas *misaine*, e

aguardavam a última moda estampada nos folhetins. Enquanto isso, os pobres, os negros, os pequenos trabalhadores, não podendo estar inclusos na vida de exaltação do luxo e do novo, eram alijados dessa sociedade, inaugurando o que seriam, posteriormente, os primeiros cortiços e favelas do país. A música popular, o violão, a boemia, eram perseguidos como uma tradição que deveria ser superada; os costumes populares da cultura brasileira eram postos para fora dos centros urbanos. E é nesta realidade esquecida que se lança – ávido por conhecer, sentir, e reportar, a figura do *flâneur*.

A *flânerie* de João do Rio: características jornalísticas e contribuições sociais

Boêmio, mulato, homossexual, amante das ruas e das letras. João do Rio, alcunha de João Paulo Emílio Cristóvão dos Santos Coelho Barreto, é considerado por estudiosos – seja pela postura de dândi ou pelos hábitos de *flâneur* – um “irmão espiritual” do poeta francês Charles Baudelaire. Numa época em que o Rio de Janeiro, encantado pelo exaltado processo de modernização, dedicava atenção maior aos costumes europeus que à sua sociedade em si, o *flâneur* surge como a figura responsável por fazer o resgate investigativo e denunciativo da realidade social daqueles tempos. Nas palavras de João do Rio:

O Rio pode conhecer muito bem a vida do burguês de Londres, as peças de Paris, a geografia da Manchúria e o patriotismo japonês. A apostar, porém, que não conhece nem a sua própria planta, nem a vida de toda essa sociedade, de todos esses meios estranhos e exóticos, que todas as profissões que constituem o progresso, a dor, a miséria da vasta Babel que se transforma. E entretanto, meu caro, quanto soluço, quanta ambição, quanto horror e também quanta compensação na vida humilde que estamos a ver. (DO RIO, 2008: 60).

Em *A alma encantadora das ruas*, obra aqui observada, é construída uma “literatura jornalística”: a partir de escritos que misturam efeitos fictícios de produções como o conto e crônicas, com entrevistas, relatos e informações, é feito um profundo retrato social do Rio de Janeiro do início do século XX. O livro começa com uma declaração de amor: “Eu amo a rua”. É a partir deste “amor”, desta intensa relação com o espaço urbano, que o *flâneur* se lança ao espaço de sua reportagem. Somos levados à rua e aos seus espaços mais escusos, conhecendo a crônica de personagens que vão de músicos ambulantes a mulheres mendigas. Para João do Rio, “todos esses pobres seres vivos tristes vivem dos ciscos, do

que cai nas sarjetas, dos magros gatos dos telhados, são os heróis da utilidade, os que apanham o inútil para viver” (DO RIO, 2008: 56).

As crônicas-reportagens de *A Alma encantadora das ruas* são, assim, uma perambulação pelas ruas do Rio de Janeiro, para a qual somos convidados através da leitura minuciosa que caminha por personagens e lugares, histórias interessantes (como os casos de crimes passionais) ou assustadoras (como o relato das condições de trabalhadores). O *flâneur* é esta figura capaz de devanear com astúcia, como João do Rio pelas ruas do Rio de Janeiro. É aquele que consegue, através da observação do que se passa, fazer uma leitura ao mesmo tempo presente e desprendida de si mesmo; profundamente sensível como um conto ou um romance, mas (e por isso mesmo) absurdamente real.

Com isso, chega-se a uma ambiguidade fundamental em João do Rio: a convivência do *flâneur* com o jornalista profissional. Em João do Rio, *flâneur* e repórter não são estranhos um ao outro. Há nele muito de postura aristocrática do dândi despreocupado que vagueia pelas ruas, aberto às contingências do acaso. Mas, ao mesmo tempo, ele é o jornalista, alguém investido de uma atitude profissional, que realiza entrevistas e apura os acontecimentos, notifica a realidade. (BULHÕES, 2007: 106).

E é a caracterização do *flâneur* como repórter jornalístico que aqui nos interessa. Partir da afeição extrema ao espaço urbano, do lirismo e da ficção, para se lançar à reportagem da vida real, pode ser uma capacidade de se informar?

Para Edvaldo Pereira Lima, quanto o texto jornalístico se vale da literatura, deve fazê-lo com atenção: “absorve assim elementos do fazer literário, mas, camaleão, transforma-os, dá-lhes aproveitamento direcionado a outro fim” (LIMA, 2004: 178). Este “outro fim” significa o fim comum às produções jornalísticas, o que dá às produções literárias de João do Rio o caráter de reportagem: o objetivo de informar, noticiar, tornar público, comunicar.

Historicamente, as relações entre jornalismo e literatura datam desde o século XIX e, no jornalismo *flâneur* de João do Rio, também se manifestam – porém, de uma forma até então original. Como características próprias ao *flâneur* jornalista, temos: a ausência de pautas, sendo o próprio ato de reportar o objetivo das atividades; a procurar por personagens incógnitas e histórias das “pessoas simples”, muitas vezes ignoradas; o contato íntimo e até mesmo afetuosos com o espaço urbano; a escrita lírica, que torna possível confundir entrevista, ficção, conto e reportagem.

Uma experiência de atuação *flâneur* e possibilidades atuais

A construção do projeto *Flanando na Praça: narrativas em fotolegendas nos espaços públicos de Viçosa*³ baseou-se na ideia de retomar a prática de flunar, em sua contribuição a uma produção jornalística. O trabalho de João do Rio foi necessário para a compreensão de características gerais que seriam norteadoras das atividades de flunar nas praças, como a ausência de pautas, a escrita lírica, a procura por personagens e histórias. É importante ressaltar que um relevante traço que pode ser atribuído ao reportar que flana – o caráter de denúncia social, intrinsecamente presente nas obras *flâneur*, deu lugar, na realização do projeto, ao resgate e registro do espaço social da praça. Uma das principais metas do projeto foi o de trazer as histórias de pessoas simples e anônimas, confiando na importância do resgate das histórias do cotidiano, em sua contribuição para a representação e autoestima do grupo social – no caso, os moradores da cidade de Viçosa. Nas palavras do poeta Manoel de Barros, ele próprio um grande revelador, na poesia, da grandeza que existe na pequenez: “É um olhar pra baixo que eu nasci tendo (...) Pessoas pertencidas de abandono me comovem: tanto quanto as soberbas coisas ínfimas”. (DE BARROS, 1998: 23).

A atividade do *flâneur* reverbera, pois, nas práticas do jornalismo literário, corrente jornalística que, segundo Sims (1999), demanda do jornalista uma imersão na realidade a fim de que ele possa compreendê-la e narrá-la. Neste panorama, os estudantes de jornalismo são convidados e convocados imergirem na realidade e no cotidiano de Viçosa, para que possam compreender a dinâmica e a vida na cidade, para além do espaço universitário, do discurso das fontes oficiais e especialistas e, principalmente, das pautas jornalísticas e do agendamento midiático convencional.

O trabalho do projeto de extensão visou a cobertura *flâneur* das praças da cidade de Viçosa, sendo cada praça apreendida e divulgada durante no site do projeto, com.ufv.br/flanando. A escolha da praça como foco das atividades se justifica pela visão deste lugar como a reunião de diversos setores da população da cidade – na praça podíamos ver passar, ainda que sem se tocarem, empresários, mendigos, donas de casa, doutores, prostitutas, artesãos. Assim, o projeto se destinou no resgate da identidade

³ Projeto registrado sob o número PRJ- 256/2012 na Pró-reitoria de Extensão e Cultura da Universidade Federal de Viçosa. O projeto conta com o auxílio financeiro do edital Procultura, na modalidade bolsa de extensão, da referida universidade.

cultural de Viçosa, no que se refere aos traços de pequenas cidades do interior mineiro, como o costume de ir às praças, se reunir ao fim do dia, ir à missa, conversar. Foram escolhidas as praças: Silviano Brandão, Praça do Rosário, Mário del Giudice, Praça Santana, Quatro Pilastras. A escolha destas praças se justifica pela relevância das mesmas para a cidade.

Em cada praça, realizamos pelo menos duas sessões coletivas “Flanando na Praça”, para que possamos acompanhar o local em momentos e dias variados. Nessa ocasião, os estudantes interagem com as pessoas do local, ouvindo histórias e captando emoções. É nesse momento que são também captados os “sons da praça”, para posteriormente comporem as experimentações narrativas dos estudantes.

Cada repórter-flâneur é responsável por fotografar o ambiente e a produzir alguma narrativa literário-jornalística específica, previamente acordada pela equipe. As produções jornalísticas se constituíram de: uma reportagem, um vídeo, uma crônica, uma galeria de fotos, e de seis a oito fotonarrativas editadas, trazendo momentos captados pelas fotografias reunidos num design trabalhado junto com narrativas de jornalismo literário. Este material foi assim organizado dentro do site num esquema de design que também remete ao ato de flunar online: a página inicial do site abre para um menu das praças, em qual cada praça abre, por sua vez, para a seção de seus respectivos materiais jornalísticos.

A leitura crítica de livros que abordam o tema, assim como a pesquisa sobre as formas de escrita deste fazer jornalístico, possibilitaram ao grupo o desenvolvimento de uma ideia de como se posicionaria o *flâneur* atual. E assim, a partir de uma pesquisa bem estruturada, a experimentação desta forma de reportar (e amar) as ruas e as praças foi possível. Ir para as praças de Viçosa, ver passar o tempo e as pessoas, captar narrativas cotidianas em forma de fotos e textos – este foi o trabalho do grupo nos espaços públicos da cidade.

Foram apuradas e registradas histórias de pessoas simples de Viçosa – algumas que, tão logo perceberam o trabalho jornalístico que ali se davam, nos procuravam, ansiosas por contar a sua vida; outras, mais tímidas, que se mostravam ariscas e viam com desentendimento a atuação do grupo. Procurar conversas casuais com pessoas sentadas a um banco, ao mesmo tempo em que se tenta fazer, a partir deste acaso, um relato jornalístico de uma estória ou momento, mostrou-se para o grupo uma tarefa nada fácil, mas muito frutífera. Desta atuação, saíram fotonarrativas, crônicas e reportagens que registram vidas incógnitas, como a de um senhor que contou, em poucos minutos, de suas

experiências e filosofias; hábitos simples, como a reportagem da constante movimentação de pessoas rumo às missas das igrejas; sensações despertas pelo momento, como a apreensão sensível do espaço público.

Uma experiência atual referente à atuação *flâneur* desperta, ainda, indagações sobre como se daria esta atividade no mundo contemporâneo. Até que ponto a intensa urbanização dos espaços contribui ou afeta a ação de se lançar as ruas? Como é possível desprender um tempo de ócio criativo num espaço representante da ótica capitalista produtiva? De que forma os transportes públicos das cidades, ao configurar um novo sistema de transporte, afugentam ou transformam a relação com as ruas?

Para Mike Featherstone, compreender a atuação do jornalista *flâneur* na contemporaneidade “levanta uma série de questões sobre a natureza da vida pública contemporânea e sobre a relação entre a experiência estética dos espaços públicos e as possibilidades que esses mesmos espaços apresentam para a cidadania”. (FEATHERSTONE, 190). Hoje, as experimentações possíveis para o *flâneur* dizem respeito às nossas próprias vivências e relações com os espaços urbanos. Correntes artísticas contemporâneas como o teatro de rua e a intervenção urbana já apontam para as novas formas de linguagens da cidade, quando a própria estruturação da urbe permite a criação de atuações que, dela nascidas, a ela também procuram criticar, compreender, aprofundar, recriar.

Além desta maior relação com a estrutura e linguagem urbana, o *flâneur* hoje dispõe de um importante meio: a internet. O próprio ato de “surfar” na internet remete à ação de flunar: vagar sem rumo, procurar conteúdos, levado pela curiosidade. Acreditamos que o ciberespaço, com seus bancos de dados, interações e possibilidades, constitui-se num meio interessante do qual pode se valer o *flâneur* atual. A própria experiência no Projeto nos levou à criação de um site como produto principal do *Flanando na Praça*: optamos por reunir na plataforma online todas as produções jornalísticas do grupo, uma vez que esta se insere dentro da lógica do *flâneur*, permitindo a criação de um meio virtual que reproduza a ação e a estética do flunar.

Considerações finais

O vagar sem rumo, a atenção às coisas simples, a procura pelo espaço urbano e pela sensibilidade que noticia – aspectos referentes à atuação do *flâneur* nas ruas demonstram grandes contribuições ao jornalismo, quando compreendermos a apreensão da literatura

por parte do campo da informação como uma oportunidade de aprofundamento da comunicação com o leitor. A busca pela literatura que noticie e pela postura *flâneur* frente à cidade é possível ainda através da procura por um estilo próprio dentro do jornalismo, capaz de contribuir para a reinvenção da prática comunicativa. Nas palavras de Alceu Amoroso Lima:

Se o estilo comum do jornalismo exige certas condições intrínsecas e rigorosas, já o estilo próprio admite, como sempre, a máxima liberdade. Preenchidas as condições comuns – precisão, concisão, clareza, cultura – então a liberdade, em vez de ser condicionada pelo gênero, é uma exigência dele mesmo e da condição do próprio jornalista, que é um artista como outro qualquer. (LIMA, 2008: 71).

O *flâneur*, em sua atuação próxima das ruas e das pessoas, em linguagem lírica, na procura constante da vida incógnita e do ato apaixonado de reportar, contribui ao resgate do jornalismo artístico e literário. Para compreender esta figura enigmática e encantadora, presente na rua e em todos nós, torna-se necessário a produção maior de estudos da comunicação que aprofundem sua manifestação histórica nos anos 20 e, principalmente, suas possibilidades oferecidas pelo mundo contemporâneo. Se o poeta Manoel de Barros “pensa em renovar o homem usando borboletas” (DE BARROS, 1998: 13), acreditamos que o resgate da sensibilidade, do lirismo, da proximidade com o espaço e as pessoas refere-se às matérias necessárias para a renovação do jornalismo.

O artigo conclui, portanto, com uma chamada ao resgate do amor às ruas – seus estudos e práticas que procurem o flânar como reportagem, como vivência do real, como postura do jornalista com o que é noticiado. Afinal, “este sentimento de natureza toda íntima nos vos seria revelado por mim se não julgasse, e razões não tivesse para julgar, que este amor assim absoluto e assim exagerado é partilhado por todos vós.” (DO RIO, 2008: 28).

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BAUDELAIRE, Charles. Sobre a Modernidade: o pintor da vida moderna. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1996.
- _____. As flores do mal. Trad: JUNQUEIRA, Ivan. Rio de Janeiro: Nova Fronteira: 1985.

BAUMAN, Zygmunt. Comunidade: a busca por segurança no mundo atual. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2003.

BULHÕES, Marcelo. Jornalismo e literatura em convergência. Rio de Janeiro: Editora Ática, 2007.

COHEN, Ilka. Diversificação e segmentação dos impressos. In: História da imprensa no Brasil. Ana Luiza Martins e Tânia Regina de Lucca (org.), São Paulo: Contexto, 2008.

DE ASSIS, Machado. Dom Casmurro. São Paulo: Escala educacional, 2008.

DO RIO, João. A alma encantadora das ruas. São Paulo: Companhia das Letras, 2008.

DE BARROS, Manoel. Retrato do artista quando coisa. Rio de Janeiro: Record, 1998.

FEATHERSTONE, Mike. *O Flâneur, a cidade e a vida pública virtual* In O Espaço da Diferença. Antonio A. Arantes (org.), São Paulo: Papyrus, 2000.

LIMA, Edvaldo Pereira. Páginas Ampliadas: o livro-reportagem como extensão do jornalismo e da literatura. São Paulo: Manole, 2004.

LIMA, Alceu Amoroso. O jornalismo como gênero literário. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2008.

PENA, Felipe. Jornalismo literário. São Paulo: Contexto, 2006.

SEVCENKO, Nicolau. Literatura como missão. São Paulo: Companhia das Letras, 2003.

SIMS, N. *Literary Journalism*. USA: Ballantine Books, 1999.

SODRÉ, Nelson Werneck. História da imprensa no Brasil. Rio de Janeiro: Mauad, 1999.

TRAQUINA, Nelson. Teorias do Jornalismo. Florianópolis, Insular: 2005.