

**Jornalismo sobre pessoas:  
o caso da história de interesse humano**

Journalism about people: the case of human-interest history

Periodismo sobre personas: el caso de la historia de interés humano

**Aparecido Santos do Carmo**

Universidade Federal de Mato Grosso | [aparecido.jor@gmail.com](mailto:aparecido.jor@gmail.com)

**Paulo da Rocha Dias**

Universidade Federal de Mato Grosso | [diaspr@terra.com.br](mailto:diaspr@terra.com.br)

**Resumo:** O artigo busca responder à seguinte questão: como as histórias de interesse humano se diferenciam dos demais formatos jornalísticos? A partir de pesquisa bibliográfica, foi possível identificar que se trata de um tipo de texto que se caracteriza por privilegiar a emoção; que surgiu ao mesmo tempo que a entrevista jornalística, no século XIX; e que propicia uma maior liberdade para o repórter tanto no que diz respeito à criação da pauta como na redação da matéria. Além disso, podem ser inseridas no chamado *jornalismo sobre pessoas* por sua capacidade de lidar com relatos pessoais das fontes mobilizadas.

**Palavras-chave:** história de interesse humano; gêneros jornalísticos; prática jornalística; jornalismo sobre pessoas; jornalismo literário.

**Abstract:** The article seeks to answer the following question: how are human-interest stories different from other journalistic formats? From bibliographic research, it was possible to identify that this is a type of text that is characterized by focusing on emotion; which appeared at the same time as the journalistic interview, in the 19th century; and that provides greater freedom for the reporter both in terms of creating the agenda and writing the story. In addition, they can be included in the so-called *journalism about people* for their ability to deal with personal reports from mobilized sources.

**Keywords:** Human interest history; journalistic genres; journalistic practice; journalism about people; literary journalism.

**Resumen:** El artículo busca responder a la siguiente pregunta: ¿en qué se diferencian las historias de interés humano de otros formatos periodísticos? A partir de una investigación bibliográfica se pudo identificar que este es un tipo de texto que se caracteriza por privilegiar la emoción; que apareció al mismo tiempo que la entrevista periodística, en el siglo XIX; y eso proporciona mayor libertad al reportero tanto en términos de crear la agenda como de escribir la historia. Además, pueden incluirse en el llamado *periodismo sobre personas* por su capacidad para tratar reportajes personales de fuentes movilizadas.

**Palabras clave:** Historia de interés humano; géneros periodísticos; práctica periodística; periodismo sobre personas; periodismo literario.

## Introdução

Existe um tipo de jornalismo em especial que consegue estreitar laços com a sua audiência e se manter popular mesmo em momentos em que a instituição jornalismo não goza de muito crédito junto à sociedade. É o *jornalismo sobre pessoas* (ROCCO, 1999). Alguém poderá dizer: “Não é o jornalismo sempre sobre pessoas?”. Não é o que se costuma ver na realidade da prática profissional contemporânea, em que os repórteres têm outras preocupações além do dever de entrevistar, apurar e redigir o texto que dará origem ao conteúdo jornalístico. Diante da eterna pressão pelas notícias em primeira mão, do conteúdo adaptado para gerar cliques nas redes sociais e ser encontrado pelos motores de busca e da correria para seguir para a próxima história, acabam se sobressaindo números e termos técnicos ordenados segundo a estrutura da pirâmide invertida em detrimento do fator humano que permeia todo acontecimento.

O jornalismo sobre pessoas é uma das exceções a essa regra. Ele está incluído no bojo do chamado jornalismo literário, aquele em que os textos são escritos adaptando-se técnicas e recursos da escrita ficcional, trazendo sabor e vivacidade para as narrativas sobre indivíduos conhecidos ou não. Sua principal característica é a produção de conteúdo jornalístico que lida com relatos pessoais e, muitas vezes, da esfera da vida íntima das personagens apresentadas. A partir de evidências empíricas, foi possível identificar alguns formatos que se incluem nessa categoria: o *perfil*, o *obituário* e a *história de interesse humano*.

O questionamento que norteia este artigo é o seguinte: como as histórias de interesse humano se diferenciam dos demais formatos jornalísticos? É relevante explicitar que, para os fins desta abordagem, utiliza-se a classificação de gêneros e formatos jornalísticos de José Marques de Melo (DIAS et al, 1998; MARQUES DE MELO; ASSIS, 2016). Nesse sentido, considera-se a história de interesse humano como sendo um formato do gênero diversional, isto é, aquele que veicula conteúdos que visam entreter a audiência, sem jamais deixar de informá-la (ASSIS, 2016).

## Origens, características e peculiaridades

No *Novo Manual de Redação da Folha de S. Paulo* (1992), a história de interesse humano é citada como um *feature*, um tipo de reportagem que se opõe às *hard news* e que se caracteriza pelo aprofundamento e pela busca de uma dimensão atemporal para as histórias relatadas. Esse formato se ocupa de dar um tratamento humanizado, retomando fatos já cobertos pelos veículos de comunicação, mas que foram apresentados sem levar em consideração a sua dimensão humana (DIAS et al, 1998).

Segundo Luiz Beltrão (1969), as histórias de interesse humano podem ser classificadas em três tipos: as instrutivas, que se dedicam a levar uma lição prática para a audiência; as de entretenimento, que se preocupam em despertar o humor a partir de acontecimentos pitorescos do dia a dia; e as dramáticas, o tipo mais comum e que busca levar emoção ao público despertando-lhe compaixão e solidariedade.

Curiosamente, esse formato jornalístico surge nos jornais diários ao mesmo tempo em que a técnica da entrevista jornalística (NILSSON, 1971). É preciso levar em conta que, naquele período, meados de 1830, os jornais populares de um centavo (*penny press*)

começavam a viver o seu ápice nos Estados Unidos e se firmavam em oposição aos jornais sérios. Entre as suas estratégias para chamar a atenção do público, estava a aposta nas coberturas de julgamentos de crimes de grande repercussão, falecimentos, divórcios, enfim, tudo aquilo que pudesse servir como porta de entrada na vida privada de pessoas anônimas e famosas e que viesse a atrair a atenção dos leitores (HUGHES, 1937). Segundo Michael Schudson (2010), até então, os grandes jornais dos Estados Unidos não consideravam relevantes as histórias envolvendo pessoas comuns, e mesmo o noticiário local era considerado algo secundário. Os periódicos eram ligados a partidos políticos, e o foco da cobertura estava no noticiário estrangeiro, na cobertura marítima que incluía a chegada de barcos aos portos, o conteúdo de suas cargas e notícias que eventualmente estivessem trazendo, bem como artigos opinativos originais ou reproduzidos de outros jornais.

A imprensa *penny*, em comparação, mantinha o foco nas vizinhanças e no cotidiano e, pela primeira vez, contratou repórteres em bases regulares, para cobrir notícias locais. Os repórteres eram distribuídos entre a polícia, os tribunais, o distrito comercial, as igrejas, a alta sociedade e os esportes. Os *penny papers* fizeram da “narrativa de interesse humano” não somente uma parte importante do noticiário, mas seu aspecto mais característico (SCHUDSON, 2010, p. 39).

Com o sucesso dessas coberturas, os jornais de maior prestígio passaram a utilizar do mesmo expediente em suas publicações para não ficarem para trás. A lição tirada pelos jornalões da época, e que ainda vale para os dias de hoje, é que “o que encanta, cativa e enfeitiça o homem comum também irá interessar ao homem sofisticado” (HUGHES, 1937, p. 2, tradução nossa). Os jornais de um centavo não apenas conceberam as notícias como um produto comercializável, mas também inventaram a história de interesse humano, um formato que reconhecia a importância da vida cotidiana para o jornalismo – primeiro, para atender as demandas da imprensa popular, e, mais tarde, também para os jornais ditos sérios, no âmbito dos quais, ao longo do tempo, ganhará os contornos que possui na contemporaneidade (SCHUDSON, 2010). Para o êxito desses relatos humanizados, foi essencial trazer as pessoas envolvidas nas notícias para perto da audiência, e uma das formas encontradas para fazer isso foi citar o que as pessoas diziam e como elas diziam. Com a popularização desse tipo de texto entre os leitores, formados pelos chamados “homens comuns”, naturalizou-se o uso das entrevistas com o objetivo de trazer mais autenticidade aos textos jornalísticos (NILSSON, 1971).

Diferentes autores se debruçaram sobre as histórias de interesse humano. Segundo Helen Hughes (1937), que melhor compreendeu esse formato jornalístico e identifica sua origem nas baladas dos menestréis da era pré-alfabeto, quem deu o nome de “história de interesse humano” a essa espécie textual foi Charles Dana, famoso editor do jornal *The New York Sun* e um dos primeiros a enxergar o valor desses relatos sobre casos rotineiros e sem grande importância política ou econômica. Isso ocorre por volta de 1870, quando os *publishers* dos EUA se dão conta de que podem publicar histórias a partir da sua capacidade de entreter, promovendo maior diversidade no conteúdo, além de satisfazer os leitores habituais e atrair novos (CHALABY, 1998).

O repórter Tom Wolfe (2005, p. 14), no célebre livro *Radical chique e o novo jornalismo*, insere as histórias de interesse humano no grupo das reportagens especiais e define o formato como sendo composto por “relatos longos e quase sempre hediondamente sentimentais sobre almas até então desconhecidas colhidas pela tragédia ou sobre hobbies estranhos dentro da área de circulação da folha”. De fato, a história de interesse humano se sustenta enquanto relato jornalístico por sua carga emocional; além disso, há uma linha tênue que as separa dos textos meramente sensacionalistas. A razão para isso é o seu parentesco com os *fait divers*, isto é, os fatos diversos (BELTRÃO, 1969), termo usado para fazer referência aos relatos típicos do jornalismo popularesco que buscam atrair a atenção da audiência por meio da dramatização exacerbada dos fatos apresentados, geralmente associados a horror, dramas sangrentos, mortes violentas, acidentes, catástrofes e personagens anormais (DION, 2007).

Mas o que pode ser considerado a principal característica das histórias de interesse humano é o fato de que se baseiam no interesse das pessoas por destinos, medos e fatalidades comuns a todos. O elemento fundamental do interesse humano é a curiosidade em saber o que significa passar pelas experiências relatadas, o encontro de pessoas comuns com a sorte ou o azar. Quanto mais humanizados são os relatos, “mais eles são imagináveis e, portanto, mais interessantes eles se tornam” (HUGHES, 1937, p. 3, tradução nossa).

Os interesses organizados da sociedade atraem e asseguram a atenção de uma fração especial dos leitores tendo como base suas preocupações contínuas, impessoais, técnicas e profissionais. Mas o interesse que é humano envolve o indivíduo em sua totalidade, ou seja, como um ser moral com reivindicações e obrigações pessoais – e isto quer dizer todos os leitores (HUGHES, 1937, p. 8, tradução nossa).

No filme *A Montanha dos Sete Abutres*, o repórter aventureiro Charles Tatum dá uma lição a seu aprendiz, Herbie, sobre as histórias de interesse humano:

“Você pega o jornal e lê sobre oitenta e quatro homens, ou duzentos e oitenta e quatro homens, ou um milhão de homens, como numa fome na China. Você lê, mas não grava. Uma pessoa só é diferente. Você quer saber tudo sobre ela. Isto é história de interesse humano”<sup>1</sup>.

Na verdade, o *interesse humano* é um valor-notícia (ERBOLATO, 1991; SILVA, 2005; ASSIS, 2014) e um recurso presente em todo o tipo de relato jornalístico (DIAS; CARMO, 2020): quando um repórter procura um personagem para sua matéria, ele está inserindo naquele conteúdo uma pitada de interesse humano. Mas quando esse elemento se torna predominante na narrativa, tem-se as *histórias de interesse humano*, num formato independente. Derivadas da notícia, elas têm uma atualidade perene, isto é, podem ser lidas a qualquer tempo e lugar e sempre serão atuais – tanto é que os exemplos citados neste

---

<sup>1</sup> Fala do personagem Charles Tatum, interpretado pelo ator Kirk Douglas, extraída do filme *A Montanha dos Sete Abutres* (Billy Wilder, 1951).

artigo foram retirados de livros que reúnem esse tipo de matérias. São pautas menores em importância, mas capazes de atrair, divertir, informar e/ou ensinar o leitor. É o caso da matéria *Enterro de pobre*, de Eliane Brum (2006, p. 18), cujos primeiros parágrafos estão reproduzidos aqui:

Não há nada mais triste do que enterro de pobre. Porque o pobre começa a ser enterrado em vida. Quem diz é Antonio, um homem esculpido pelo barro de uma humildade mais antiga do que ele. Um homem que tem vergonha até de falar e, quando fala, teme falar alto demais. E quando levanta os olhos, tem medo de ofender o rosto do patrão apenas pela ousadia de erguê-los. Quem diz é Antonio Antunes. Ele acabara de sepultar o caixão do filho cujo rosto desconhece. O bebê de 960 gramas que morreu ainda no ventre da mãe. Antonio quis espiar a face do filho por um momento, mas a funcionária que foi buscar a criança na geladeira não deixou. Antonio tinha comprado uma roupinha de sete reais no centro de Porto Alegre para que o filho não fosse sepultado nu como um rebento de bicho. Mas não pôde vesti-lo. Restou a Antonio o caixãozinho branco que ninou nos braços até a cova número 2026 do Campo Santo do Cemitério da Santa Casa.

Quando a terra cobriu a cova rasa do filho, o pai soube que seu coração permaneceria insepulto. Porque Antonio Antunes descobriu naquele momento que uma cova rasa em um caixão doado, semeado em um cemitério de lomba, seria o destino dele, dos filhos que sobreviveram e dos netos que ainda estão por vir. Como foi a sina dos seus pais e dos seus avós antes dele. E foi ao alcançar o sopé do Campo Santo, depois de enterrar o filho sem nome, que Antonio pronunciou a sentença com a cabeça baixa e a chama dos olhos extinta pelas lágrimas. E por um rosário de sofrimentos que é muito capaz de ter começado ainda antes da descoberta do Brasil. Antonio Antunes disse:

— Esse é o caminho do pobre.

E disse com tal dor, com tal desesperança, que a frase açoitou o cemitério da pobreza. Porque uma frase só existe quando é a extensão em letras da alma de quem a diz. É a soma das palavras e da tragédia que contém. Se não for assim, é só uma falsidade de vogais e de consoantes, um desperdício de som e de espaço. E foi com tal dor que Antonio a pronunciou que até o sabiá que cantava do outro lado do muro silenciou, como se adivinhasse que a frase de morte era a vida de um homem.

Essas narrativas são, na realidade, variações de velhos tópicos presentes no folclore e na literatura: de Casanova, o conquistador, à Gata Borralheira, passando pelo sofrimento de uma mãe por seu filho desaparecido e chegando aos relatos sobre órfãos abandonados. Por essa razão, diz-se que é forte o caráter moralizador dessas histórias, sobretudo no que diz respeito ao comportamento ético, doméstico e familiar (TEMER, 2007). O propósito da história de interesse humano é fazer o leitor se identificar com o acontecimento narrado,

fazê-lo se emocionar, se entreter, pôr-se a refletir a partir da experiência vivenciada por outra pessoa “de modo a permitir aos seres humanos se enxergarem nas vivências de outros seres humanos” (ASSIS, 2014, p. 152).

Mais do que em qualquer outro formato, é na história de interesse humano que o jornalista tem maior grau de liberdade, tanto na escolha do que vai ser noticiado quanto no modo como o texto será produzido. Como o foco está na produção de uma narrativa que entretenha o leitor, o jornalista tem mais liberdade para utilizar e expressar sua subjetividade e seu juízo sobre o fato narrado – por isso, diz-se que é um jornalismo profundamente autoral (ASSIS, 2016). Tais relatos ignoram os princípios da neutralidade na observação e na seleção dos fatos e da objetividade na escrita da matéria, em prol da experiência estética do leitor. Sua publicação depende essencialmente da capacidade criativa do repórter, de como ele conseguirá contar aquela história.

### Aspectos redacionais

Histórias de interesse humano não têm uma estrutura rígida previamente definida, pois, além de se encontrarem na fronteira entre notícias e reportagens, são resultado da capacidade de escrita do seu autor, como já dissemos. É difícil definir um padrão para elas, mas muitas compartilham ao menos três elementos. Em primeiro lugar, as temáticas são recorrentes e universais, permitindo que a maioria dos leitores vivencie os sentimentos e emoções evocados nos textos. O segundo aspecto é que essas histórias geralmente começam com uma situação tensa ou dolorosa, resultado da ação humana ou de forças da natureza, e passam a narrar a sua continuidade a partir daquele ponto, oferecendo uma contextualização da situação, explicando brevemente por que e como ela ocorreu e detalhando o que os sujeitos retratados fizeram para superar os obstáculos iniciais, se for o caso; quando essas personagens obtêm sucesso, as histórias enfatizam a fase de resolução dos problemas e sublinham o final feliz. Por fim, essas narrativas parecem buscar um equilíbrio entre o particular e o universal, porque muitas vezes alegorizam princípios e sentimentos que são comumente vivenciados; trata-se do equivalente jornalístico dos contos folclóricos e de fadas, que buscavam retratar arquétipos universais numa época em que prevalecia a linguagem oral, fornecendo o mesmo formato narrativo e o vínculo emocional por meio de símbolos e alegorias (CHALABY, 1998).

A história de interesse humano difere da notícia porque costuma ser mais longa do que o seu valor noticioso justifica, é mais detalhada e não apresenta a forma padronizada comum nos produtos jornalísticos convencionais. Além disso, uma história de interesse humano não perde a validade e pode ser publicada a qualquer tempo. Na redação do texto, não é preciso começar pelo fato ou aspecto mais importante da história nem observar as regras exigidas pela técnica da pirâmide invertida; basta que seja interessante ao público a que se destina. Mesmo o título não precisa ser informativo: sua função é ser como um chamariz para a leitura. O formato propicia uma narração informal e permite que o autor expresse o seu ponto de vista, se essa for a sua vontade (CURSO..., 1962).

Talvez por tornar público o mais íntimo de uma pessoa, a história de interesse humano costuma ser confundida com o perfil biográfico. A questão central que pesa nessa diferenciação é a proposta de cada formato: enquanto a história de interesse humano busca

mexer com os sentimentos do leitor, o perfil tem o papel de reconstruir parte da biografia do perfilado. Enquanto um quer emocionar ou divertir, o outro busca retratar uma trajetória de vida a partir de acontecimento ou fenômeno recente observável no tecido social.

Além de dar nome e rosto a anônimos e humanizar olímpianos, as histórias de interesse humano também podem focalizar animais. É o caso de *'I am not a dog no': Boris, o cão-guia que mudou a lei*, de Fred Melo Paiva (2014, p. 116), que começa assim:

A primeira vez que Boris deu com a cara na catraca foi na estação Marechal Deodoro do Metrô. Possuindo rabo e sendo quadrúpede, foi tratado como um cachorro: “Aqui não é permitido animais”, rosnou o funcionário da companhia, barrando sua entrada. Boris não entendia nenhuma palavra de português – é cidadão americano e está no Brasil a trabalho.

Limitou-se a mostrar a língua, sem que houvesse nisso qualquer atitude de escárnio. “O fato de ele ser um animal é apenas uma coincidência”, intercedeu a advogada Thays Martinez, 32 anos, fiel companheira de Boris. “Ele não está aqui como bicho de estimação. Eu sou cega e este cão é o instrumento que me permite andar pela cidade.” Diante do inesperado argumento de que o cachorro não era um cão, o funcionário decidiu acionar a chefia. Evocando cláusulas e determinações, a chefia transferiu o problema à instância superior, instância esta que deveria reportar-se a seus diretores, cujos despachos incluiriam a análise dos requerimentos, tudo registrado em cartório e com firma reconhecida. Depois de 7 horas diante do portão de entrada, Boris bocejava com insistência. Foi quando um viralata atravessou a rua, enfiou-se por debaixo da catraca e desapareceu pelos corredores da estação. “Que País é este?”, teria se perguntado Boris (em inglês), antes de acomodar-se para uma pestana.

Boris é americano do Michigan. Tem 49 anos – quer dizer, 7, se considerarmos a sua idade de cachorro e não de ser humano. É um cão labrador cuja árvore genealógica certamente esconde algum golden retriever, o que justificaria o fato de ser Boris um cachorro dado a um certo cinismo, nada que comprometa no entanto o seu caráter. Boris nunca teve filhos. É virgem, inclusive. Castraram Boris. Essas são questões bastante pessoais, mas devemos nos ater a elas para compreender o tamanho da dedicação de Boris à sua carreira profissional. Boris é um cão-guia, especialista na condução de deficientes visuais. Não ficaria bem, portanto, vê-lo escarafunhando o cio alheio, ainda mais levando a reboque uma pessoa cega. A abdicação de Boris foi premiada essa semana, quando a Justiça finalmente liberou sua pessoa jurídica para utilizar o Metrô sem nenhuma restrição. “Uma boa discussão pode abrir portas antes insuspeitadas”, escreveu Quiroga na sua coluna de horóscopo, sexta-feira passada, a respeito dos librianos. Boris é de Libra.

Essa é uma característica que remonta desde as origens do formato no jornalismo norte-americano. Na verdade, antes mesmo da consolidação das histórias de interesse

humano, já era uma verdade reconhecida na imprensa que “nenhuma reportagem de menor importância será tão bem-sucedida como aquelas sobre um animal, a de um cachorro, por exemplo, que salvou seu dono do fogo ou de afogamento” (IRWIN, 1911 apud HUGHES, 1937, p. 5, tradução nossa). Em geral, tende-se a acreditar que as histórias de interesse humano precisam necessariamente conter uma história dramática, triste, mas a emoção – central no formato – pode surgir também por meio de fatos engraçados, insólitos, absurdos, aberrantes, inusitados, estranhos e misteriosos. Os enunciados desses relatos podem ironizar, criticar, referendar ou legitimar coisas e pessoas. Conforme Mitchell Charnley (1971), é comum que, ao escreverem textos nesse formato, os jornalistas recorram a elementos do humor e da ironia para incrementar e enriquecer suas matérias, mas isso deve ser feito com parcimônia, uma vez que, se usados em excesso, esses recursos podem comprometer todo o conteúdo.

Do ponto de vista jornalístico, a história de interesse humano se diferencia “pela atitude particular que o escritor adota em relação ao leitor” (MCQUAIL, 2003, p. 344). O repórter que se dedica à escrita desse tipo de relato jornalístico pode ser considerado de perfil humanista (JORGE, 2008), isto é, aquele que prefere o olho no olho e a intuição pessoal, em detrimento das entrevistas por telefone, e que se comove com as histórias dos outros e se interessa pelas pautas que consigam cativar a audiência pela emoção.

São três as noções básicas de atitude do repórter diante de uma pauta de história de interesse humano (ASSIS, 2012): relação jornalista-mundo; relação jornalista-fonte; e relação jornalista-empresa jornalística. São essas três esferas de interações que propiciarão o espaço e a liberdade para que o repórter consiga produzir tais narrativas.

Mais do que talento ou predisposição de algumas poucas pessoas, narrar é uma necessidade vital dos seres humanos. Somente narrando os indivíduos são capazes de se afirmar diante do caos simbólico presenciado no cotidiano. Mas como narrar o mundo? Uma possibilidade é usar dos recursos da técnica jornalística, o *lead* e a pirâmide invertida, que foram tão úteis para o desenvolvimento dessa atividade profissional ao longo do tempo. Mas há uma alternativa, que começa com uma postura pessoal de manter-se aberto ao mundo e às pessoas que se aproximam. Dessa maneira, dá-se o primeiro passo em direção a uma “re-humanização das pautas” (MEDINA, 2003, p. 37) que possibilite um maior aprofundamento nas histórias, a compreensão do cotidiano e do mundo contemporâneo vivenciado pela maioria silenciosa que, por norma, não tem espaço nos grandes veículos.

Existem duas maneiras de contar uma história: a partir de dados frios e a partir de boas fontes pessoais de informação. Na história de interesse humano, tudo começa com gente. Em entrevista a Agnes Francine de Carvalho Mariano (2011, p. 309), publicada na revista *Em Questão*, a jornalista Eliane Brum se descreve como uma pessoa “olhadeira” e “escutadeira”, mais do que uma “faladeira”. É justamente a partir do ouvir e do olhar diferenciado, porque sensível às experiências do semelhante, que o repórter conseguirá alcançar uma história completa e complexa que faça jus à complexidade do outro.

Também se faz essencial uma certa cooperação entre repórter e veículo para que essas histórias menores tenham espaço entre o conteúdo que será publicizado e para que o jornalista consiga emplacar pautas diferenciadas e que privilegiem um ponto de vista que divirja daquele que é hegemônico entre os meios de comunicação. Quando se fala que

este é o formato que proporciona mais liberdade à escrita, não se está defendendo que o repórter consiga escrever o que bem entenda, da maneira que lhe apeteça. Na prática cotidiana do jornalismo, os repórteres são um elo mais fraco de um encadeamento de elementos que envolvem desde questões comerciais, interesses da empresa e de seus gestores e até mesmo da imposição de manuais de redação e estilo. O que se espera do repórter que quer escrever histórias de interesse humano é que seja capaz de encontrar brechas que permitam que o seu trabalho se torne mais livre das amarras da indústria.

## Considerações finais

O jornalismo sobre pessoas é aquele que busca centrar suas práticas no interesse humano, isto é, na capacidade de todo o fato de envolver as pessoas e de estabelecer proximidade entre as pautas apresentadas pela imprensa e os acontecimentos rotineiros que, muitas vezes, são solenemente ignorados pelos jornalistas. Trata-se de estabelecer uma conexão com o leitor por meio de uma narrativa bem escrita, porque abrange as técnicas da literatura, e com personagens marcantes, porque pessoas reais de carne e osso com dores e angústias como todas as outras.

Não valorizar as experiências humanas significa fazer um jornalismo repleto de números e dados, mas sem o elemento central que pode dar cor e vida para as narrativas jornalísticas e atrair o leitor para histórias verdadeiramente humanizadas que lhe permitam se enxergar no papel de protagonista dos fatos narrados. O grande desafio nesse tipo de jornalismo é justamente saber lidar com as pessoas e suas particularidades e complexidades, sem preconceitos ou julgamentos.

Ao questionamento que norteou este artigo, podemos responder da seguinte maneira: para além das características textuais, o que fundamentalmente diferencia a história de interesse humano dos demais formatos jornalísticos é que ela foge do padrão ao relatar acontecimentos desimportantes, se sustentar enquanto relato jornalístico pela carga emocional do que é contado e por ser um texto autoral.

Como demonstrado, é a correspondente jornalística dos contos de fadas e das histórias folclóricas que mobilizam o imaginário coletivo, transmitindo lições, entretendo e/ou informando. Isso se deve ao fato de ser a descendente contemporânea de formatos oriundos da oralidade. Sua origem remonta às baladas dos menestréis que cantavam, mediante pagamento, as notícias para aqueles que não podiam ler.

Seu formato insere essas histórias no espaço entre a brevidade da notícia e o aprofundamento da reportagem, e tem uma força simbólica advinda da técnica narrativa empregada que torna relevantes mesmo as suas pautas menores, como a morte de uma pobre criança ou a batalha jurídica para que um cão-guia tivesse acesso ao metrô.

As histórias de interesse humano, que carregam consigo o nome do critério de noticiabilidade que sustenta esse tipo de jornalismo, emergem na imprensa com o surgimento dos jornais populares, nos Estados Unidos, mas nunca perdem sua atualidade e sua relevância, justamente porque seu norte são as vivências humanas. Esse tipo de texto, adaptável para todos os suportes midiáticos, é capaz de envolver a audiência e perdurar no tempo, já que retrata situações universais compreensíveis por qualquer pessoa, em qualquer período.

É fruto de uma predisposição pessoal do repórter em valorizar o contato face a face e o ouvir as histórias do outro, dando-lhes a mesma importância que tem as pautas ditas nobres do jornalismo político e econômico. É nessa sua posição de abertura para o mundo que o jornalista consegue alcançar uma melhor compreensão do cotidiano e do contexto em que está inserido.

## Referências

ASSIS, Francisco de. Jornalismo diversional: a diversão pela forma. *Líbero*, São Paulo, n. 37, p. 143-152, jan./jun. 2016.

\_\_\_\_\_. *Jornalismo diversional: função, contornos e práticas na imprensa brasileira*. 2014. 444 f. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, 2014.

\_\_\_\_\_. Personagens anônimos e histórias de interesse humano: a relação entre fonte e formato no jornalismo de Eliane Brum. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 35., 2012, Fortaleza. *Anais...* São Paulo: Intercom, 2012.

BELTRÃO, Luiz. *A imprensa informativa: técnica da notícia e da reportagem no jornal diário*. São Paulo: Folco Masucci, 1969.

BRUM, Eliane. *A vida que ninguém vê*. Porto Alegre: Arquipélago, 2006.

CHALABY, Jean K. *The invention of Journalism*. New York: Palgrave Macmillan, 1998.

CHARNLEY, Mitchell. *Periodismo informativo*. Buenos Aires: Troquel, 1971.

CURSO de Jornalismo. Rio de Janeiro: Instituto Técnico Profissional, 1962.

DIAS, Paulo da Rocha et al. Gêneros e formatos na comunicação massiva periodística: um estudo do jornal “Folha de S. Paulo” e da revista “Veja”. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 21., 1998, Recife. *Anais...* São Paulo: Intercom, 1998.

DIAS; Paulo da Rocha; CARMO, Aparecido Santos do. *O obituário no jornalismo*. Florianópolis: Insular, 2020.

DION, Sylvie. O “fait divers” como gênero narrativo. *Letras*, Santa Maria, n. 34, p. 123-131, 2007.

ERBOLATO, Mário L. *Técnicas de codificação em jornalismo: redação, captação e edição no jornal diário*. São Paulo: Ática, 1991.

HUGHES, Helen Macgill. A Genealogy of Human Interest Stories. *Journalism Quarterly*, v. 14, n. 1, p. 16, mar. 1937.

JORGE, Thaís de Mendonça. *Manual do foca: guia de sobrevivência para jornalistas*. São Paulo: Contexto, 2008.

MARIANO, Agnes Francine de Carvalho. Eliane Brum e a arte da escuta. *Em Questão*, Porto Alegre, v. 17, n. 1, p. 307-322, jan./jun. 2011.

MARQUES DE MELO, José; ASSIS, Francisco de. Gêneros e formatos jornalísticos: um modelo classificatório. *Intercom – Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, São Paulo, v. 39, n. 1, p. 39-56, jan./abr. 2016.

MCQUAIL, Denis. *Teoria da comunicação de massas*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2003.

MEDINA, Cremilda. *A arte de tecer o presente: narrativa e cotidiano*. Summus, 2003.

NILSSON, Nils Gunnar. The origin of the interview. *Journalism Quarterly*, v. 48, n. 4, p. 707-713, 1971.

NOVO Manual de Redação. São Paulo: Folha de S.Paulo, 1992.

PAIVA, Fred Melo. *Bandido raça Pura: e outros 35 perfis de ilustres mais ou menos virtuosos, notáveis anônimos, cães, ratos, urubus e coisas supostamente inanimadas*. Porto Alegre: Arquipélago, 2018.

ROCCO, Fiammetta. Stockholm Syndrome: journalists taken hostage. In: GLOVER, Stephen (Ed.). *The Penguin Book of Journalism*. London: Penguin Books, 1999. p. 48-59.

SCHUDSON, Michael. *Descobrimos a notícia: uma história social dos jornais nos Estados Unidos*. Petrópolis: Vozes, 2010.

SILVA, Gislene. Para pensar critérios de noticiabilidade. *Estudos em Jornalismo e Mídia*, Florianópolis, v. 2, n. 1, p. 95-107, jan./jun. 2005.

TEMER, Ana Carolina Rocha Pessôa. Reflexões sobre a tipologia do material jornalístico: o jornalismo e as notícias. *Intercom – Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, São Paulo, v. 30, n. 1, p. 49-70, jan./jun. 2007.

WOLFE, Tom. *Radical chique e o novo jornalismo*. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.

**Aparecido Santos do Carmo**

Graduado em Comunicação Social, com habilitação em Jornalismo, e mestre em Estudos de Cultura Contemporânea pela Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT).

**Paulo da Rocha Dias**

Doutor e mestre em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo (UMESP). Bacharel em Jornalismo pela Faculdade Cásper Líbero (FCL), em Letras pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) e em Teologia pelo Instituto Teológico de Santa Catarina (ITESC). Professor adjunto do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT).