

CENTRO UNIVERSITÁRIO DE BELO HORIZONTE – Uni-BH

VIRNA FABRINI LAGOEIRO LINS

INTERFACES DO JORNALISMO:

a superação do padrão norte-americano de jornalismo através da revista

piauí

Belo Horizonte

2008

VIRNA FABRINI LAGOEIRO LINS

INTERFACES DO JORNALISMO:

a superação do padrão norte-americano de jornalismo através da revista
piauí

Monografia apresentada ao Centro Universitário de
Belo Horizonte – Uni-BH como requisito parcial à
obtenção do título de bacharel em Jornalismo.

Orientadora: Professora Adélia Barroso
Fernandes.

Co-orientadora: Professora Maria Cristina Leite
Peixoto.

Belo Horizonte

2008

RESUMO

Se a repetição exaustiva dos temas e a limitação dos textos tornaram o jornalismo desinteressante, o que é expresso pela queda vertiginosa dos jornais tradicionais, uma das soluções para a superação da crise pela qual passa o jornalismo hoje está na mudança da forma e do conteúdo das matérias, levando em consideração o papel da imprensa de pensar o mundo atual com responsabilidade e defender os interesses da população. Para que isso ocorra é fundamental a produção de reportagens de qualidade e que valorizem a diversidade sócio-cultural, assim como de textos que apresentem perspectivas e visões de mundo variadas, tal como ocorre na revista *piauí*, objeto dessa monografia. O trabalho mostrou que a publicação tem contribuído para o fortalecimento da democracia, uma vez que abre espaço para a manifestação da opinião do cidadão comum, geralmente excluído da grande mídia.

Palavras-chave: Revista piauí. Padrão norte-americano de jornalismo. Interfaces do jornalismo.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	5
2 O PADRÃO NORTE-AMERICANO DE JORNALISMO: A OBJETIVIDADE COMO PARADIGMA NA REPRODUÇÃO DOS FATOS.....	11
2.1 A consolidação da grande imprensa e o mito da objetividade jornalística.....	11
2.1.1 O jornalismo contemporâneo em crise.....	16
2.2 A saturação do modelo americano: outras possibilidades.....	21
3 ALÉM DO PADRÃO NORTE-AMERICANO: OUTRAS INTERFACES DO JORNALISMO.....	24
3.1 A interface jornalismo e literatura.....	24
3.2 A interface jornalismo e antropologia.....	28
4 <i>PIAUI</i> : CONTANDO GRANDES HISTÓRIAS.....	33
5 CONCLUSÃO.....	47
REFERÊNCIAS.....	50
ANEXOS.....	52

1 INTRODUÇÃO

A reportagem do jornalista Luiz Maklouf Carvalho, publicada na 10ª edição da revista *piauí*, na seção *turnê gangsta*, *O bagulho é doido, tá ligado?*, conta a história do Facção Central, um grupo de rap de São Paulo, e descreve os detalhes de uma turnê, ressaltando as características de cada *rapper*, os conflitos existentes entre eles e o comportamento de cada um diante do próprio grupo, de suas famílias e das drogas.

Ao longo de cinco páginas de reportagem o jornalista refere-se ao Facção Central como quem de fato passou dias ao lado do grupo, apurando os pormenores da vida de cada um deles, desde a infância até a idade adulta, durante uma turnê que passou pela cidade de Dourados, no Mato Grosso do Sul, durante um fim de semana, e por Samambaia, Distrito Federal, uma semana depois.

Ter acesso à intimidade de um dos membros do grupo parece ter sido o primeiro passo na elaboração da reportagem. O parágrafo inicial do texto, por exemplo, faz referência aos cachorros do líder do Facção Central, Eduardo Taddeo, bem como descreve a casa e a família do compositor, que mora no bairro Grajaú, na periferia de São Paulo. Outra 'ousadia' da reportagem está na apresentação, no decorrer do texto, de algumas letras cantadas pelo grupo, carregadas de palavrões e insultos ao governo, à polícia militar e à burguesia brasileira.

Uma das únicas fontes utilizadas na reportagem que não pertencem ao grupo é o cantor e compositor Luiz Tatit, professor de lingüística da Universidade de São Paulo, que argumenta a respeito das características do rap e sobre como o gênero tomou o lugar das canções de protesto. Outros pesquisadores também foram entrevistados. No entanto, o foco da reportagem permanece na interessante história do Facção Central.

Criada pelo documentarista João Moreira Salles, a revista *piauí* lançou seu primeiro número em outubro de 2006. Publicada mensalmente e com uma tiragem que varia entre 60 e 70 mil exemplares, a *piauí* surge no mercado editorial com uma proposta diferenciada, da qual se destaca, principalmente, a apresentação de textos longos. O objetivo da revista está em contar histórias, apresentando os mais diferentes personagens, de maneira crítica e através do uso de humor, porém sem pretensão.

Os textos publicados em *piauí* são produzidos por um grupo de colaboradores que varia a cada mês, ou seja, seus autores não são fixos e nem todos são jornalistas. Alguns são estudantes de jornalismo ou escritores, outros artistas ou cidadãos comuns, desconhecidos. Os assuntos tratados por *piauí*, de natureza quase sempre periférica, bem como suas seções, diferem-se consideravelmente do conteúdo encontrado em outros magazines que parecem seguir o mesmo padrão de apresentação da notícia.

A redação da revista, localizada no Rio de Janeiro, é composta por cerca de 10 pessoas que não realizam reunião de pauta. No que diz respeito à produção de notícia, a *piauí* não faz uso de *lead* e parece seguir um padrão de entrevista próximo ao dos documentaristas, que buscam construir uma relação de proximidade com as fontes de informação, com o objetivo de conhecê-las melhor, na tentativa de extrair o máximo de informação possível a respeito de suas vidas. Conduta esta que demanda tempo de apuração para a elaboração e conclusão das histórias e que geralmente não se aplica ao jornalismo diário, que trata, principalmente, do factual.

A proposta da revista é atingir a todos os públicos. Porém, ao que tudo indica, trata-se de uma publicação que atrai um público que aprecia a prática da leitura e possui formação acadêmica, ou que, de certa forma, está em busca de um tipo de informação que ultrapasse os limites do conteúdo trabalhado pela maioria dos veículos de comunicação, um tanto quanto desgastados pela repetição dos temas e limitações dos textos.

Considerando o exposto, o propósito dessa monografia é investigar se a revista *piauí*, ao lançar no mercado editorial uma nova proposta de jornalismo, cria um estilo próprio e rompe com o que aqui chamamos de padrão norte-americano de jornalismo, que será considerado no primeiro capítulo dessa monografia.

E ainda, investigar os aspectos inovadores que a *piauí* traz com relação ao padrão norte-americano de jornalismo e os principais elementos defendidos em sua proposta. Interessa aqui pensar sobre o tipo de tratamento dado à fonte de informação, de que maneira a narrativa da revista se destaca da narrativa própria do padrão norte-americano de jornalismo, e como são trabalhados, pela revista, os critérios de noticiabilidade e objetividade.

A motivação necessária à realização dessa pesquisa surgiu de um interesse pessoal em investigar o jornalismo praticado pela revista *piauí*, e a forma como se dá, principalmente, a escolha dos temas apresentados em cada edição,

bem como o tratamento que é dado aos assuntos abordados. E, mais ainda, da vontade de praticar um jornalismo menos apressado e mais elaborado.

Tal interesse foi sendo alimentado ao longo da minha participação de mais de dois anos no Jornal da Rua¹, no qual aprendi a valorizar a fonte de informação, de modo a olhá-la, em primeiro lugar, como sujeito, e não apenas mero objeto de informação. A necessidade das pessoas de dizerem o que pensam - que tantas vezes presenciei - me fez pensar a falta que faz um veículo de comunicação mais plural, principalmente no que diz respeito ao conteúdo, levando em consideração a importância da participação das pessoas da comunidade na produção e disseminação da informação.

A liberdade na escolha dos temas a serem apresentados, a oportunidade de discuti-los em grupo, para melhor compreendê-los, e o trabalho de experimentação de diversas realidades desenvolvido em campo, também me influenciaram sobremaneira. Por esses e outros motivos, hoje opto pela leitura de publicações como a *piauí*, tentando compreender, valorizando e admirando o tipo de trabalho desenvolvido por seus idealizadores.

Trata-se, especialmente, do interesse de poder praticar, no jornalismo, uma relação de proximidade com a fonte de informação, tipo de experiência que proporciona um aprendizado único e uma sensação de estar fazendo o melhor possível, da maneira mais honesta. Além, é claro, do interesse em experimentar temas e abordagens menos óbvias, de conhecer o desconhecido, na tentativa de aproximar ao máximo dos diferentes modos de vida existentes, tal como ocorre em *piauí*.

O fato de a revista ser nova e única no mercado editorial brasileiro também indica que *piauí* não pode ter sido, ainda, objeto de um volume extenso de estudos acadêmicos, o que acrescenta valor a essa pesquisa. Além de possuir alguns diferenciais significativos, a proposta apresentada pela revista aponta para uma “novidade” no jornalismo brasileiro atual, criando, dessa forma, o interesse numa análise que leve à compreensão dos modos de produção da notícia adotados,

¹ Projeto de Extensão do Centro Universitário de Belo Horizonte – Uni-BH. Jornal produzido pelos alunos do curso de comunicação e demais membros da comunidade externa, interessados em publicar textos e expor suas idéias. O objetivo do projeto está em promover a troca de conhecimento e experiências entre indivíduos inseridos no meio acadêmico e o cidadão comum, geralmente esquecido pela grande mídia. Busca-se, portanto, construir uma relação de proximidade com a fonte de informação com a intenção de vivenciar e discutir os diferentes modos de vida existentes e que fazem parte do cotidiano da cidade.

fazendo com que, provavelmente, *piauí* passe a fazer parte das discussões acadêmicas sobre jornalismo e os meios de comunicação².

Sendo assim, a importância acadêmica do estudo sobre o tipo de jornalismo praticado pela revista está na possibilidade de apontar para novas alternativas ao padrão norte-americano de jornalismo, bem como descobrir se existe alguma possibilidade de transformação das formas tradicionais de se fazer jornalismo, que tipo de mercado editorial está se formado, quem é o público consumidor desse produto, que futuro terá essa atividade, e que tipo de profissional atuará nesse mercado no futuro.

É preciso levar em consideração que a informação difundida pela imprensa, num primeiro momento, informa a população acerca dos principais fatos ocorridos em todo o mundo. Naturalmente, tudo o que é noticiado diz respeito à vida em sociedade e, por isso, possui relevância e desperta o interesse do cidadão. E se ao jornalismo foi dada a função de defender o que é melhor para a sociedade, a importância de manter-se informado está na possibilidade de avaliar e questionar, em coletividade, os próprios rumos tomados pela humanidade.

Desse modo, trabalhar com a veiculação de notícias que tratem de perspectivas e visões de mundo variadas, como é o caso da revista *piauí*, também contribui para a formação da democracia, na medida em que abre espaço para o depoimento de fontes não primárias e segmentos específicos da sociedade que, geralmente, ficam de fora das notícias, sendo constantemente excluídos da grande mídia.

Para que a própria sociedade não cultive o preconceito e aprenda a lidar com as diferentes realidades existentes é preciso que a imprensa dê o exemplo, reconheça e valorize a diversidade sócio-cultural.

Sobre a metodologia que orientou a presente monografia, foi realizado um estudo de caso da revista *piauí*, com o intuito de investigar o tipo de jornalismo nela praticado, dando ênfase à análise da seção *diário* e a alguns textos jornalísticos escolhidos intencionalmente ao longo de um ano de publicação da revista. Para investigar a forma como a *piauí* rompe com o padrão norte-americano de jornalismo foram feitas leituras de teorias do jornalismo e sobre os modos de produção

² Exemplo recente do interesse que a revista vem despertando em estudiosos no assunto é a pesquisa apresentada pelo professor da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), Paulo Bernardo Vaz, em abril de 2008, no III Simpósio Internacional de Análise do Discurso, realizado na própria universidade: *O discurso da revista piauí e a interpelação do leitor*.

jornalística, ou seja, a forma como esse é exercido na prática. E, para compreender a imprensa contemporânea, nada melhor do que voltar à história para conhecer as várias etapas de desenvolvimento do jornalismo no mundo.

Foram escolhidos seis textos jornalísticos de edições variadas da *piauí*, considerando o período de um ano de publicação da revista, entre outubro de 2006 e outubro de 2007. São, na maioria, histórias longas, cheias de detalhes a respeito dos diferentes modos de vida existentes na sociedade, que o leitor não encontra com facilidade em outros magazines. Os textos da *piauí* refletem um jornalismo menos apressado e mais elaborado, no qual há lugar para a voz do cidadão comum.

Além das reportagens escolhidas para a análise do conteúdo jornalístico trabalhado pela revista, foi selecionada a seção *diário* para ilustrar um dos diferenciais mais importantes da revista. Como o próprio nome diz, trata-se de um diário, no qual cada autor narra um cotidiano de vida diferente, com detalhes de fatos que ocorreram no período de uma semana ou mais.

Rotina de trabalho é um dos assuntos mais tratados nessa seção, que enfoca, na maioria das vezes, pessoas desconhecidas, podendo ser um cirurgião, uma atriz de teatro, um ascensorista, um balconista de supermercado, ou mesmo um cantor popular, entre muitos outros.

Em termos gerais, pode-se dizer que a revista *piauí* contraria o padrão norte-americano de jornalismo por não adotar, nos modos de construção da notícia, o modelo da pirâmide invertida, no qual o principal conteúdo da notícia é apresentado no início do texto, logo no primeiro parágrafo, de maneira a esclarecer todo o assunto resumidamente, porém, utilizando as informações mais relevantes a seu respeito. A esse primeiro parágrafo é dado o nome de *lead*, e sua estrutura, que não se aplica aos textos da *piauí*, é formada a partir das respostas às seguintes perguntas: o quê? quem? onde? como? quando? porque?.

Sem falar que a revista não costuma recorrer, unicamente, às fontes de natureza primária - autoridades ou estudiosos, indivíduos formadores de opinião aos quais é conferida toda credibilidade - na tentativa de legitimar a veracidade dos fatos que apresenta.

Além de não possuir uma rotina específica de trabalho, da qual faz parte, entre outras práticas, a reunião de pauta, seu grupo de colaboradores não é formado, exclusivamente, por jornalistas. *piauí* diferencia-se do restante das revistas porque conta “grandes histórias”. E mais, o tipo de jornalismo que pratica

assemelha-se, em parte, ao jornalismo literário, corrente que surge nos Estados Unidos, em meados do século XX, defendendo a manifestação da criatividade do jornalista na narrativa. Esse estilo passa a contar grandes histórias, nos mínimos detalhes, e a partir de um olhar muito mais interessado, possibilitado por uma total inserção do profissional nas próprias histórias. É do jornalismo literário que surgem os livros-reportagem.

Se hoje os jornais tradicionais correm o risco de sumir, como indica o título do livro de Philip Meyer (2007), *Os jornais podem desaparecer?*, a solução para tal problema, como aponta o autor, talvez esteja na transformação do conteúdo, ou melhor, na publicação de matérias de qualidade, que levantem novos questionamentos a respeito do mundo atual, bem como na utilização da própria Internet como alternativa de acesso às notícias, levando o público a buscar, nos impressos, uma leitura mais aprofundada acerca do que foi já lido *on line*. Esse é o caso da revista *piauí*, objeto dessa monografia.

2 O PADRÃO NORTE-AMERICANO DE JORNALISMO: A OBJETIVIDADE COMO PARADIGMA NA REPRODUÇÃO DOS FATOS

O jornalismo sempre exerceu a função de informar, seja em defesa dos interesses da sociedade, seja pela necessidade de lucro das empresas de comunicação. Dessa forma, o jornalismo passou por inúmeras transformações até tornar-se um negócio como outro qualquer. Com o tempo, precisou aperfeiçoar suas técnicas e moldar seus profissionais para adaptar-se às exigências de mercado. O capítulo a seguir trata do padrão jornalístico que se tornou hegemônico, inspirado no modelo americano, a partir da história e do desenvolvimento do jornalismo no mundo.

2.1 A consolidação da grande imprensa e o mito da objetividade jornalística

Em *O capital da notícia*, Ciro Marcondes Filho (1986) traça um panorama histórico das fases do jornalismo, desde o seu surgimento, partindo da idéia de que o jornalismo, antes mesmo de representar qualquer ideologia política e social de uma burguesia em fase de expansão, em meados do século XVII, revelava-se um produto vendável, cujo objetivo também era ser comercializado como outra mercadoria qualquer³.

O autor argumenta que, num primeiro momento, o jornalismo funcionou como meio encontrado pela burguesia em expansão de descentralizar a informação a respeito das atividades econômicas daquele período, que só circulava entre os homens de poder, os únicos que também podiam pagar pelo impresso, mas que passava a interessar, principalmente, à classe burguesa. Nesse momento, o jornalista passou a ser visto como aquele que conhecia, mas não podia reter a informação, disseminando-a diariamente por todos os cantos, sem omitir dados, em troca, unicamente, de uma recompensa pelo seu trabalho, ou seja, dinheiro.

A notícia, então, passou a fazer parte de uma lógica de mercado priorizando fatos de natureza econômica. Valores morais ou éticos perderam aos

³ A discussão sobre as fases da imprensa feita por Ciro Marcondes Filho (1986), no livro *O Capital da notícia*, tem como base o trabalho de Jurgen Habermas – *Mudança estrutural da esfera pública*. Ainda ligado à linha da Escola de Frankfurt, Habermas traçou as mudanças operadas na esfera pública e delimitou as fases do surgimento da imprensa até os jornais se consolidarem como grandes empresas capitalistas em função da indústria cultural. Sobre o assunto, ver HABERMAS, Jurgen. *Mudança estrutural da esfera pública*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.

poucos a relevância, uma vez que a intenção não era promover propagação da cultura, e sim proporcionar algum ganho aos envolvidos nas atividades econômicas noticiadas, a partir de uma ampliação do acesso à informação.

Já no final do século XVIII, como mostra *Ciro Marcondes Filho*, surgiu um jornalismo voltado mais para a literatura e a política do que para a veiculação de notícias de caráter puramente econômico. O jornal, que já era diário, porém artesanal, passou a operar com a estrutura de uma redação e através da colaboração de eruditos e líderes políticos da época.

Essa imprensa [...] fornece material à burguesia para as suas discussões e seu entretenimento. É, portanto, [...], porta-voz de setores e grupos políticos e econômicos da sociedade que se debatem por melhores postos no aparelho de Estado e na sociedade civil (MARCONDES FILHO, 1986, p. 61).

Trata-se de um momento na história em que a burguesia começou a se firmar como classe, seguido de um período intenso de lutas sociais em prol da consolidação da democracia ao longo do século XIX.

Com a tecnologia difundida pela Revolução Industrial, os jornais passaram a ser produzidos em larga escala. Para arcar com os custos dessa produção, a imprensa começou a ter que gerar lucro e transformou-se, de fato, numa empresa capitalista, ou seja, passou a operar conforme a lógica do sistema capitalista. Os jornalistas, então, submetidos aos interesses dessas empresas, perderam o direito de manifestar suas idéias e preferências políticas, e o próprio jornalismo perdeu a autonomia, já que, desde então, concentrou-se cada vez mais nas mãos dos homens que detêm o capital.

Segundo o autor, a imprensa consolidada no século XIX como empresa capitalista distanciou-se completamente de uma outra imprensa de natureza política, que defendia, em primeiro lugar, as lutas de classes.

Contudo, [...], essa imprensa, como empresa capitalista, é a que mantém as características originais da atividade jornalística: busca da notícia, o 'furo', o caráter de atualidade, a aparência de neutralidade, em suma, o caráter 'libertário e independente' (MARCONDES FILHO, 1986, p. 65).

Influenciar a opinião do público leitor torna-se o objetivo principal do jornalismo que, por sua vez, passa a ganhar cada vez mais a aparência de um "produto de massa", tipo de mercadoria produzida para atingir um público bastante diversificado, ao mesmo tempo em que aprimora, tecnicamente, os modos de

apresentação da notícia, em busca de maior vendagem, o que resulta, muitas vezes, numa imprensa próxima ao sensacionalismo.

Já no final do século XIX, surgia um espaço de grande importância nos jornais, de um modo geral, voltado para a publicidade, cujos anunciantes não poderiam ser contrariados. Trata-se de uma forma encontrada neste período de garantir o sustento da empresa e que caracterizou, ainda mais, a imprensa como um negócio. Seguindo tal lógica, os donos dos jornais passaram a determinar uma linha editorial para a abordagem dos fatos e a produção de notícias, submetida também aos interesses dos anunciantes.

No século XX, o Estado passou a intervir na imprensa de maneira quase absoluta. “Nos regimes fascistas, [...], a atuação do poder estatal em alguns casos calou completamente os jornais, em outros, manteve-os sob controle direto ou indireto, em situações de crise econômica e política” (MARCONDES FILHO, 1986, p. 70). Pequenos jornais são extintos e os jornais de maior porte tornam-se líderes de mercado, criando verdadeiros monopólios. “O processo, sem dúvida, acompanha a monopolização geral da economia capitalista e só se explica por meio dela” (MARCONDES FILHO, 1986, p. 72). Além de contar com o interesse de grandes anunciantes, o conteúdo dos jornais de maior porte, apesar de servir de justificativa para a publicidade, é mais bem elaborado, despertando o interesse do leitor e garantindo as vendas.

Por fim, Ciro Marcondes Filho trata da mais recente transformação ocorrida na história do jornalismo: o advento da imprensa eletrônica. Tal modalidade surge com o avanço da tecnologia que passa a atingir a todos os veículos de comunicação. Trata-se de uma era na qual a tecnologia se faz cada vez mais necessária ao exercício jornalístico. “O que se introduz gradualmente são as formas de leitura de jornal à distância (teletexto) e os terminais de vídeo nas redações de jornal” (MARCONDES FILHO, 1986, p. 73).

Segundo o autor, por um lado o vídeo vai superar o jornalismo impresso atingindo um público muito maior. Por outro, os jornais vão proporcionar uma leitura mais aprofundada, com informação de qualidade, procurando atender às necessidades de uma parcela do público preocupada em entender melhor os fatos, interessada em conhecimento. E para não correr o risco de ser totalmente substituído pela máquina, que também passa a reduzir os custos das empresas de

comunicação, o jornalista precisará, com certa urgência, se adaptar aos novos meios eletrônicos.

Ciro Marcondes Filho, ao descrever as fases da imprensa, constrói uma visão crítica de como os jornais se transformaram em mercadorias, levando a informação a perder o seu valor de uso, em função do seu valor de troca.

A burguesia, então, alimentou um jornalismo favorável à própria classe, o qual, sob o argumento da reprodução fiel da realidade, dava ênfase aos acontecimentos importantes relacionados ao modo de produção capitalista, buscando, dessa forma, interferir na construção da sociedade e de suas formas de expressão.

Isso, no entanto, deu-se com base na idéia de que os veículos de comunicação podem reproduzir os fatos na íntegra, relacionada ao mito da objetividade jornalística, amplamente difundido no século XX. No ensaio *As notícias*, Nelson Traquina (1999) apresenta os dois momentos em que esta visão da neutralidade surgiu no jornalismo. O autor discute, num primeiro momento, a obviedade do papel dos veículos de comunicação: a de produzir informação acerca daquilo que se considera relevante e curioso.

O autor explica que tal visão a respeito do exercício jornalístico nasce por volta de 1856, com a idéia de se fazer um “Novo Jornalismo”⁴, amparado na elaboração da informação a partir somente dos acontecimentos, descartando-se qualquer possibilidade de julgamento sobre os fatos para que se reproduzisse apenas a verdade.

Traquina também discorre sobre outro momento em que se reforça o mito sobre o fazer jornalístico, mais especificamente a idéia de objetividade, que surge nos anos 1920 e 1930, nos Estados Unidos, no qual se fazia necessário legitimar uma nova crença no modo de se tratar e apresentar os fatos, uma vez que os próprios fatos perdiam a credibilidade, em função, principalmente, da natureza da propaganda produzida a partir da Primeira Guerra Mundial e dos interesses políticos que surgiam nessa época. Essa idéia de objetividade marcou decisivamente o jornalismo ocidental.

A respeito do padrão norte-americano de jornalismo, Sérgio Vilas Boas (1996), em *O Estilo Magazine*, argumenta sobre sua incorporação pelas revistas.

⁴ Termo utilizado por Siebert, autor citado por Traquina (1999, p.167).

Segundo o autor, apesar de também apresentar elementos jornalísticos do padrão norte-americano, o texto de revista ultrapassa algumas barreiras impostas pelo jornalismo produzido diariamente. Trata-se de um texto que desfruta de um tempo maior de elaboração e que possibilita um maior aprofundamento dos temas. E ainda, de uma escrita mais solta que desperta o interesse do leitor por esse tipo de publicação.

Em linhas gerais, podemos então definir o padrão norte-americano como o tipo de jornalismo criado para reproduzir os principais acontecimentos que ocorrem ao redor do mundo e defender a verdade sobre os fatos e, principalmente, o interesse público, contribuindo, dessa maneira, para a construção da realidade em diferentes momentos históricos.

E, assim, o padrão norte-americano torna-se hegemônico no ocidente com as seguintes características: deve se pautar, entre outros recursos, nos critérios de noticiabilidade, parâmetros jornalísticos de seleção dos fatos que possuem valor de notícia, seja a atualidade, o caráter inusitado, fora do comum, ou a proximidade geográfica entre o fato e o público alvo de cada veículo de comunicação; no depoimento das fontes de natureza primária, supervalorizadas, uma vez que legitimam o texto porque são dotadas de credibilidade; na objetividade jornalística, já que é necessário reproduzir os fatos da maneira mais distanciada a eles possível; e no modelo da pirâmide invertida, pela importância conferida, principalmente, ao *lead*. Esse modelo, no entanto, passa hoje por uma crise.

É importante ressaltar que o padrão norte-americano de jornalismo, da forma como é apresentado nesse capítulo, não se aplica cem por cento a todas as publicações. Grande parte das notícias de jornal, denominadas *hard news*, reproduzem os fatos 'quentes', podendo ser consideradas a maior referência ao padrão jornalístico hegemônico. As próprias revistas semanais, apesar de apresentarem algumas características do padrão norte-americano, não produzem notícias 'frescas', e sim reportagens mais analíticas dos principais fatos reproduzidos pelos jornais, bem como de assuntos importantes que nada têm a ver com os acontecimentos da semana, rompendo, ainda, com algumas estruturas tradicionais de texto, como é o caso do *lead*, na tentativa de tornar a leitura mais atraente e prazerosa.

2.1.1 O jornalismo contemporâneo em crise

Se ainda hoje os veículos de comunicação insistem, por uma questão mercadológica, na crença de que exista objetividade jornalística, tal mito já foi superado pelos estudiosos do assunto. Nos cursos de Jornalismo, por exemplo, é discutido com frequência como as notícias são construídas socialmente, o que dá elementos para a crítica desse mito.

Entende-se, dessa forma, como há um processo de construção social da realidade, ou seja, os jornais criam versões do real. Nesta perspectiva de análise, Adriano Duarte Rodrigues (1999), no ensaio *O acontecimento*, explica que, na era moderna, os meios de comunicação são a grande referência de mundo da sociedade, antes sustentada pelos mitos, que atribuíam significados e explicações aos fatos, mas que representavam apenas uma das verdades, diferente da verdade do mundo verificável.

Com base na razão, considerada a única forma legítima de conhecimento, o jornalismo passa a ditar as verdades sobre a vida, na tentativa de transformar seu discurso numa experiência cultural individual e coletiva 'inquestionável', que sirva como um autêntico referencial de mundo para a coletividade.

Hoje em dia, sabe-se que o trabalho do jornalista resume-se a contar histórias, apesar de todas as histórias já terem sido contadas. Enquanto ser dotado de cultura, o jornalista, como qualquer indivíduo, possui um *background* adquirido através de experiências próprias ou da coleta de informações, motivo este que não permite abrir mão de sua subjetividade. O texto jornalístico pode ser entendido, portanto, apenas como um recorte que se faz da realidade, a partir de um ponto de vista específico, localizado socialmente.

Segundo Traquina, as notícias tratam exclusivamente de fatos que possuem relevância satisfatória que justifique sua publicação, levando em consideração a necessidade de fazerem referência à atualidade. Elas apresentam, por si mesmas, as características do texto jornalístico, que costuma, geralmente, seguir o modelo da pirâmide invertida, do qual se destaca o *lead*. Mas, também, a impressão que determinado acontecimento pode causar no jornalista, bem como a linha de abordagem dos fatos e as normas que o jornalista segue, adotadas pela empresa para a qual trabalha, determinam o padrão de construção da notícia que, por sua vez, transmite apenas um recorte da realidade.

É fato que o jornalista precisa submeter-se à política editorial da instituição da qual faz parte. Breed, citado por Traquina (1999), argumenta sobre os motivos que levam o jornalista a adaptar-se com facilidade ao seu ambiente de trabalho. Entre eles estão: a presença de hierarquia no grupo, estando o jornalista à mercê da aprovação de seus superiores; a busca pela ascensão profissional; o respeito pelas autoridades da organização, bem como o comprometimento com o próprio trabalho; a satisfação proveniente do ofício e a valorização da notícia.

De acordo com Traquina, como os fatos se dão aleatoriamente e existe uma necessidade de se produzir determinada quantidade de notícias diariamente, alguns acontecimentos terminam por ganhar o estatuto de notícia. O problema de tal urgência está no risco que o jornalista corre de não apresentar a notícia corretamente, não verificando a verdade sobre os fatos, o que pode comprometer não só a ética do profissional, como os próprios rumos da sociedade.

“Face à imprevisibilidade, as empresas do campo jornalístico precisam de impor ordem no *espaço* e no *tempo*” (TRAQUINA, 1999, p. 170). Sendo assim, as instituições tendem a dar preferência, em um primeiro momento, a certos fatos ocorridos em determinadas localidades, em função da sua importância social. A presença do jornalista nesses espaços é fator determinante para a apresentação dos acontecimentos. Sabe-se, porém, que é dada ênfase, geralmente, aos fatos que se encontram mais próximos, ou seja, que ocorrem no país onde a organização faz-se presente, já que correspondem ao interesse maior do público consumidor daquele produto. Há também alguns temas específicos que já fazem parte da rotina de trabalho da maioria dos grupos de comunicação, tais como política, economia, violência e futebol.

Para que o jornalismo de fato aconteça, é necessário que haja, portanto, organização, ou melhor, que seja estabelecida uma rotina de trabalho, tornando mais fácil, dessa forma, tratar da notícia. As instituições também lançam mão de alguns recursos que as auxiliam no dia-a-dia, como, por exemplo, quando adiantam a produção de notícias relativas a fatos que acontecerão em breve e que deverão ser apresentados.

Segundo Traquina, outro aspecto importante que diz respeito à rotina de trabalho do jornalista e ao processo de produção de notícias é o tratamento dado às fontes de informação, cujas identidades não precisam ser reveladas em caso de julgamento. Há uma forte tendência no jornalismo em recorrer às chamadas fontes

primárias, ou seja, autoridades ou estudiosos, pessoas dotadas de amplo conhecimento, que têm credibilidade. No entanto, o profissional sabe muito bem em quem confiar, fato este que resulta, também, de uma relação de cumplicidade estabelecida com a fonte com o passar do tempo.

Sabe-se, contudo, que ocorre uma tendência no tratamento da informação, no que diz respeito ao exercício rotineiro do jornalista, de dar prioridade aos depoimentos das autoridades, em função, inclusive, de certa conivência cultivada entre as partes, fazendo com que outras fontes e segmentos específicos da sociedade fiquem de fora das notícias e sejam constantemente excluídos da grande mídia. Para que o cidadão comum seja notícia, é preciso que algo muito grave aconteça, ou seja, “esses devem incomodar para que os seus acontecimentos tornem a ser notícia” (TRAQUINA, 1999, p. 173).

Há também aquelas informações que chegam aos jornalistas via *releases* de assessorias de imprensa. Em relação à rotina de elaboração de notícias do jornalista, Schudson, citado por Traquina (1999), afirma que ela é “normalmente uma questão de representantes de uma burocracia apanhando notícias pré-fabricadas de representantes de outra burocracia” (SCHUDSON *apud* TRAQUINA, 1999, p. 173).

Por fim, Traquina discute sobre a necessidade de as notícias acompanharem os fatos, ou ainda, de apresentarem fatos que sejam atuais e de preferência no mesmo dia em que ocorrem, apesar das limitações que o tempo impõe sobre o trabalho do jornalista, já que existe hora certa para finalizar uma edição de jornal todos os dias, tornando inviável, dessa forma, um detalhamento maior dos temas tratados.

Sendo assim, um fato também recebe o estatuto de notícia em função de sua atualidade. Acontecimentos que marcaram época também são lembrados em suas datas, como se fossem atuais, pela relevância histórica que possuem.

Esse modo de fazer jornalismo, atrelado à necessidade de lucro, à competição no mercado das notícias e aos interesses dos anunciantes, resultou em algo distante da função da imprensa. A repetição exaustiva dos temas e a limitação dos textos tornaram o jornalismo desinteressante, o que é expresso pela queda vertiginosa dos jornais.

Bill Kovack e Tom Rosenstiel (2004), em *Os elementos do jornalismo*, argumentam sobre a finalidade do jornalismo no mundo, considerando que mais importa o resultado da ação jornalística sobre a sociedade, ou seja, a influência que

a notícia exerce na vida das pessoas, do que suas formas de produção, que dizem respeito ao trabalho do profissional, às técnicas aplicadas e aos meios utilizados.

Na tentativa de identificar as razões da crise pela qual passa o jornalismo, bem como apontar algumas saídas, as principais críticas feitas pelos autores ao padrão jornalístico hegemônico referem-se, principalmente, à concentração de jornais, revistas, emissoras de TV e rádio em grandes grupos econômicos, verdadeiros oligopólios; ao desvio da função principal das empresas de mídia e à banalização das grandes reportagens investigativas, tornando os jornalistas reféns de procuradores⁵.

De acordo com os autores, a imprensa deveria exercer um papel fundamental na formação de uma cultura; expor suas prioridades, motivando o debate acerca daquilo que é considerado relevante pela maioria da população; e auxiliar nas decisões da coletividade necessárias ao desenvolvimento de uma nação. A intenção de ser útil à sociedade, na medida em que busca trabalhar a informação de acordo com o interesse público, atribui ao jornalismo mais que uma função, mas uma “missão democrática” (KOVACK e ROSENSTIEL, 2004, p. 35).

Segundo Kovack e Rosenstiel, o jornalismo tal como conhecemos hoje, surgiu no início do século XVII, através de conversas em bares e cafés, primeiro em Londres e depois nos Estados Unidos. Histórias de viajantes eram registradas em livros para que pudessem ser compartilhadas com os outros. “Os primeiros jornais saíram desses cafés por volta de 1609, quando tipógrafos mais atrevidos começaram a recolher informações, fofocas e discussões políticas nos próprios cafés, depois imprimindo tudo” (KOVACK e ROSENSTIEL, 2004, p. 37).

Com a evolução desses jornais, surge a idéia de opinião pública. E é no começo do século XVIII que os jornalistas/tipógrafos passam a lutar pelo direito à liberdade de expressão e liberdade de imprensa, bem como defender o direito à publicação da verdade como um mecanismo de defesa contra o abuso de poder dos governantes.

Contudo, com a informação livre no século XXI, alguns papéis antes atribuídos ao jornalismo parecem deixar de fazer sentido, tal como a idéia de que a imprensa deve se colocar como sentinela da sociedade. Ainda assim, e apesar do avanço das mídias eletrônicas, especialmente da internet, “a aplicação do bom

⁵ Informações contidas no prefácio do livro, elaborado pelo jornalista Fernando Rodrigues (p. 10).

senso na tentativa de decidir o que o cidadão precisa e quer para poder se autogovernar” (KOVACK e ROSENSTIEL, 2004, p. 40) não se perdeu no tempo, pelo contrário, se faz ainda mais necessária, como afirmam os autores.

Se uma das finalidades do jornalismo continua sendo o serviço público, o que mudou, com o progresso tecnológico, foi a forma dos jornalistas de lidar com essa tarefa. Como apontam Kovack e Rosenstiel, o principal desafio do jornalista hoje, diante do excesso de informação e da variedade de opiniões que circulam nos diversos meios de comunicação, está na verificação da informação e no esclarecimento dos fatos, buscando facilitar a compreensão do público.

Hoje, quando as pessoas não concordam com determinada notícia, elas podem reclamar por e-mail que os responsáveis pela informação publicada responderão, o que corresponde a um mecanismo fundamental de interação entre o público e os produtos dos meios de comunicação.

Este tipo de interação high-tech é, de novo, um jornalismo que lembra a conversação, bem parecido com o jornalismo original que ocorria nos bares e nos cafés há quatrocentos anos. Sob esse ponto de vista, a função do jornalismo não mudou na era digital. As técnicas talvez sejam diferentes, mas os princípios básicos são os mesmos. O jornalista, em primeiro lugar, está envolvido na verificação (KOVACK e ROSENSTIEL, 2004, p. 42).

Considerando os aspectos mais importantes do jornalismo mencionados acima, seria possível afirmar que o jornalismo cumpre hoje com uma missão democrática? De acordo com os autores de *Os elementos do jornalismo*, a democracia entendida como meio para livre expressão entre os indivíduos, e entre a sociedade e o governo, só ganha sentido quando o jornalismo consegue informar de maneira clara, permitindo ao cidadão fazer suas próprias escolhas, ou ainda, encontrar por ele mesmo a verdade. Uma sociedade democrática só é possível a partir da existência de uma imprensa democrática.

A imprensa só é democrática quando ela serve e se comunica de fato com os cidadãos. E um dos caminhos para que essa comunicação ocorra está na descentralização da informação, bem como na variedade de temas apresentados, já que existe uma pluralidade de gostos e os interesses do público pela informação, seja ela de que natureza for, se dão em níveis variados.

Como apontam Kovack e Rosenstiel, desde que o jornalismo passou a defender a liberdade de expressão e assumiu o papel de guardião da sociedade, e na medida em que propôs informar os cidadãos a respeito das atividades de seus

governantes, ele passou a exercer uma função investigativa - que se ampliou com o passar do tempo - diferenciando o jornalismo de outras formas de comunicação. O jornalismo investigativo de que se tem notícia hoje, ganhou status na década de 1970, com o famoso caso *Watergate*, que envolvia o governo do presidente americano Richard Nixon.

No entanto, o compromisso do jornalismo com a sociedade vai além do monitoramento das tomadas de decisão do governo. Também faz parte da função de sentinela da imprensa tornar conhecida a existência de diferentes modos de vida, de maneira que as minorias, principalmente, ignoradas por grande parte da população, tenham a chance de manifestar suas idéias e assim participar do processo de construção da democracia. “Ao combinar a busca das vozes ignoradas com as trapaças não descobertas, os primeiros jornalistas estabeleceram firmemente, como um princípio vital do ofício, sua responsabilidade de examinar os cantos ocultos da sociedade” (KOVACK e ROSENSTIEL, 2004, p. 174).

2.2 A saturação do modelo americano: outras possibilidades

Philip Meyer (2007), em *Os jornais podem desaparecer?*, argumenta sobre a atual crise vivida pelos jornais em todo o mundo e, como adianta o título, questiona a possibilidade de desaparecimento dos impressos, ao mesmo tempo em que propõe soluções para o problema, fruto, em grande parte, do avanço da mídia eletrônica. De acordo com Meyer, se os impressos não são vendidos, ou melhor, lidos, principalmente pelos mais jovens, que dão preferência à internet, perde-se em publicidade e, conseqüentemente, diminui-se o lucro das empresas.

Se, com a tarefa de servir à sociedade, os donos de jornais da “era de ouro” (MEYER, 2007, p. 214) - período que sucede a Segunda Guerra Mundial – perceberam a importância de produzir informação com qualidade, uma vez que se fazia necessário, também, agregar valor ao produto, em função da disputa entre os jornais pelo mercado, em pleno século XXI a qualidade da notícia continua sendo o atributo que mais exerce influência no gosto do público, sendo apontada por Meyer como uma das principais saídas para a superação da crise. Um jornal que oferece qualidade no tratamento dado à notícia gera credibilidade, ou seja, tem mais chance de conquistar a confiança do leitor e, conseqüentemente, dos anunciantes.

Encarar o jornalismo como um negócio como outro qualquer é um dos primeiros passos na tentativa de salvar os jornais da crise atual, o que não implica, absolutamente, ignorar uma de suas mais importantes tradições: a responsabilidade social. Tanto a abertura de capital de algumas empresas de comunicação quanto o avanço da mídia eletrônica modificaram para sempre a história do jornalismo, ameaçando, muitas vezes, seu “espírito público” (MEYER, 2007, p. 220).

Segundo Meyer, a internet, além de trabalhar a informação dentro de uma estrutura de texto e imagem similar à dos jornais impressos, não possui custos variáveis, “aqueles que mudam na proporção direta do número de itens produzidos” (MEYER, 2007, p. 220). Sendo assim, quanto maior é o número de páginas de um jornal maior é a quantidade de tinta e papel utilizada na produção desse jornal. Contudo, a internet ainda possibilita a impressão das notícias em papel pelo próprio leitor. Trata-se, de acordo com o autor, de um veículo financeiramente mais flexível.

A princípio, aqueles que investem em empresas de comunicação de capital aberto devem pensar no valor da qualidade da informação considerando, principalmente, a concorrência com outras mídias e não apenas a competição entre dois ou mais jornais, o que aponta para uma mudança difícil, porém necessária, no modo de pensar o jornalismo. Além disso, sempre existiu um grau mínimo de qualidade exigido pelos leitores de jornal impresso. E quando os jornais estão abaixo desse mínimo o público automaticamente passa a dar preferência a outras mídias.

Publicações direcionadas aos jovens e a públicos diferenciados, com periodicidades variadas, e o uso de ferramentas da internet para estabelecer uma comunicação direta com o público são mostras de como as empresas tradicionais de comunicação estão começando a adaptar-se às novas demandas do mercado editorial. E não basta criar os próprios sites, os jornais precisam conseguir revalorizar sua versão impressa. Para isso, é necessário, no mínimo, atingir outros perfis de leitores ou segmentos específicos da sociedade que geralmente passam despercebidos pela imprensa tradicional, o que, de certa forma, o jornalismo *on line* já começou a fazer.

Se a internet consegue informar com rapidez e agilidade e criar uma “rede de leitores” (MEYER, 2007, p. 233), na qual os jovens são maioria, é preciso começar a enxergar a imprensa unificada, levando em consideração que os jornais ainda exercem influência sobre a sociedade. Dessa forma, a internet poderá servir, também, como mais um canal para o exercício dessa influência. Portanto, trabalhar

a força dos nomes dos jornais na *web* poderá ajudar a amenizar a crise, além de ser um dos caminhos na tentativa de convencer os investidores, lembrando que a influência de um jornal e, por tanto, sua rentabilidade, depende muito da credibilidade desse jornal. Logo, a qualidade da informação, que é resultado, também, de uma boa apuração dos fatos, se faz, mais uma vez, imprescindível.

3 ALÉM DO PADRÃO NORTE-AMERICANO: OUTRAS INTERFACES DO JORNALISMO

O padrão norte-americano de jornalismo, apesar de hegemônico, foi acompanhado de iniciativas jornalísticas diferenciadas e originais, as quais apontaram para outras possibilidades de contar histórias. Historicamente o jornalismo tem incorporado elementos e referências de outras áreas, criando novas formas de contar histórias. Daremos destaque aqui às interfaces do jornalismo com a literatura e com a antropologia, referências que parecem ser recorrentes na revista *piauí*, que analisaremos adiante.

3.1 A interface jornalismo e literatura

Antônio Fernando Resende (2002), em *Textuações: ficção e fato no Novo Jornalismo de Tom Wolfe*, discute a idéia de aproximação entre jornalismo e literatura, fazendo referência ao trabalho do jornalista e escritor americano Tom Wolfe - um dos principais idealizadores do *Novo Jornalismo*. A partir dessa referência, aponta a “necessidade pós-moderna” de inovação de conceitos sobre a prática jornalística e apresenta novas possibilidades de narrativas e leituras que possam transformar, efetiva e coletivamente, a experiência humana comum. Por argumentar a respeito do que há em comum entre jornalismo e literatura, o autor discute sobre como se dá a intervenção de um discurso sobre o outro.

Segundo Fernando Resende, o *Novo Jornalismo* surgiu no início da década de 1960 como uma alternativa aos padrões tradicionais do jornalismo. É com o objetivo de transformar o texto jornalístico em uma leitura mais realista e, portanto, atraente para o leitor, que o *Novo Jornalismo* passa a defender o detalhamento dos fatos; a reprodução, na íntegra, dos diálogos entre os indivíduos; o registro de opiniões, em geral, na terceira pessoa; e a descrição de manifestações cotidianas individuais, bem como do estilo de vida de cada envolvido em uma dada história.

Além disso, como aponta o autor, na tentativa de registrar os fatos da maneira mais direta e criativa possível – principal característica do *Novo Jornalismo* -, proporcionando ao leitor uma maior compreensão a respeito dos acontecimentos da vida real, Tom Wolfe considerava essencial a presença de elementos da ficção

no texto jornalístico, apesar da importante referência ao contexto histórico e cultural do momento no qual ocorrem os fatos relatados.

Assim, para que o *Novo Jornalismo* desse certo, o jornalista precisava passar horas ao lado das personagens de suas histórias, participar de cada momento e capturar os detalhes dos gestos, das conversas, do ambiente e seus objetos, assim como é feito na literatura, com a intenção de oferecer ao leitor “uma experiência subjetiva e emocional dos fatos narrados” (WOLF *apud* FERNANDO RESENDE, 2002, p. 63).

Dessa forma o *Novo Jornalismo* se impôs, ora rompendo com o padrão norte-americano, ora aproveitando algumas técnicas tradicionais, como, por exemplo, a entrevista, contribuindo para o começo de uma transformação mais ampla da história do jornalismo.

Em *O que é livro-reportagem*, Edvaldo Pereira Lima (1993) discute sobre como a literatura é capaz de seduzir o leitor, de maneira a mantê-lo concentrado na leitura, por exemplo, de um livro-reportagem, do início ao fim da obra. Como aponta o autor, o que acontece é que a literatura permite uma variação maior dos modos de se narrar uma história, seja aumentando ou diminuindo o seu ritmo; modificando uma característica peculiar àquela forma de narrar, tornando-a menos óbvia; ou mesmo alternando opiniões contrárias a respeito do assunto colocado em evidência, trabalhando diferentes pontos de vista.

Segundo Lima, “a influência da literatura sobre o jornalismo não se dá apenas no aspecto estilístico, de escrita. E nem é coisa exclusivamente do passado. Também acontece no plano da *captação*, da observação do real” (LIMA, 1993, p. 43). Fato é que o jornalismo, no que diz respeito à construção da narrativa, sempre foi pouco valorizado, ou melhor, desqualificado, quando comparado à literatura. Até que o *Novo Jornalismo*, além de recuperar a tradição de um jornalismo embasado na literatura, com criatividade e aprimoramento, revoluciona tal concepção a respeito da narrativa jornalística.

Apesar dos grandes meios de comunicação continuarem mantendo seu foco na produção e apresentação de notícias factuais, com o tempo alguns jornalistas dos anos de 1960 e 1970 perceberam a necessidade de tratar de outros assuntos importantes daquele período, inclusive os de natureza polêmica. Tratava-se, afinal de contas, do momento do auge do movimento *hippie* e da contracultura,

da defesa da liberdade sexual e de pensamento, e da revolta dos jovens americanos com a guerra do Vietnã.

De acordo com Lima, fazia-se necessário relatar a grande transformação que ocorria nos modos de vida da sociedade americana. Para isso, era preciso ir além das velhas formas de se fazer jornalismo.

Passo a passo, foram despontando experiências em veículos alternativos, em jornais até da grande imprensa, depois passando com vigor pelas revistas e finalmente alcançando sua forma de expressão máxima em livros-reportagem (LIMA, 1993, p. 46).

A partir desse momento, o jornalista precisou entrar em contato com uma realidade cujo tratamento dos fatos exigia mais que uma simples apuração de dados gerais e informações coerentes. “A isso era necessário somar-se a experiência vital de o repórter lançar-se a campo aberto, nos cenários sobre os quais escreveria, para melhor sentir a realidade também no que tem de subjetiva, imaterial” (LIMA, 1993, p. 46).

Como aponta o autor, desse momento em diante o jornalista passa a estabelecer uma relação de grande proximidade com as fontes de informação, ou melhor, os personagens das histórias, chegando a vivenciar a realidade do outro, com tudo o que ela tem a oferecer, durante dias ou até meses. É da construção dessa relação de troca, que se consegue trabalhar, numa narrativa, a riqueza de detalhes e novas versões dos fatos.

Segundo Lima, no *Novo Jornalismo* a objetividade pode ser substituída pela subjetividade, conferindo ao jornalista a liberdade de lançar seu próprio olhar sobre os fatos que ele pretende narrar (*recurso do ponto de vista*); as opiniões ou sentimentos das fontes de informação são registrados em sua essência e sem que haja a mínima alteração dos relatos (*fluxo de consciência*); os pormenores ganham destaque, permitindo que o leitor imagine toda a situação que lhe é narrada, como um filme que se passa à sua frente, com os mínimos detalhes do ambiente, dos movimentos das pessoas, de suas roupas, dos objetos presentes etc, sem que o texto perca o ritmo (*símbolos do cotidiano*) e, por fim, a narrativa costuma ser organizada de maneira a proporcionar uma leitura realista e ao mesmo tempo descontraída, através de uma seqüência de cenas incomuns, que possam surpreender o leitor a cada instante (*construção cena-a-cena*). Em suma, ao jornalista é dada toda a liberdade de escrita (LIMA, 1993).

Esses são os quatro recursos técnicos defendidos pelo *realismo social*, uma corrente literária americana, que inspirou o *Novo Jornalismo*, e acabou exercendo influência sobre o moderno jornalismo literário nos Estados Unidos.

Tom Wolfe é o profissional que mais se destaca entre os mestres do *Novo Jornalismo*. Isso porque, segundo Lima, ele é capaz de construir uma narrativa que flui naturalmente, que apresenta os diferentes pontos de vista observados em cada indivíduo envolvido na história, de maneira profunda e única, em cada um dos momentos descritos no texto.

Em *Radical Chique e o Novo Jornalismo*, Tom Wolf (2005) defende exatamente a idéia de que a literatura de não-ficção, denominada *Novo Jornalismo*, tornou-se a literatura mais importante escrita na América e que, assim como a literatura de ficção, jamais pode ser pensada, ou mesmo aprimorada, separada do realismo social. Para o autor, que na verdade reconhece a dificuldade de estar presente em todos os momentos ou mesmo de conseguir enxergar todas as cenas de um fato, passar o maior tempo possível com os personagens continua sendo a principal maneira de o ‘novo jornalista’ narrar uma história com riqueza de detalhes, lembrando que o trabalho de apuração realizado por esse profissional segue, em parte, a mesma linha da apuração jornalística tradicional, porém, seu resultado, ou melhor, o texto produzido no *Novo Jornalismo*, é livre de qualquer amarra típica do padrão norte-americano de jornalismo já exposto no capítulo anterior.

Como aponta Lima (1993), o *Novo Jornalismo* marcou forte presença no Brasil durante a década de 1960, através da revista *Realidade*, da Editora Abril, na qual os jornalistas chegavam a exercer, durante dias, outras profissões, na tentativa de se aproximarem ao máximo das realidades que pretendiam documentar.

Para Lima, o *Novo Jornalismo*, da forma como foi citado ao longo do texto, que conta grandes histórias resultantes em livros-reportagem, deixou de existir. “Essa tendência foi apenas a expressão moderna de algo que sempre existiu ao lado da corrente convencional do jornalismo: o jornalismo literário” (LIMA, 1993, p. 51).

3.2 A interface jornalismo e antropologia

Assim como no *Novo Jornalismo*, a preocupação principal da Antropologia é o conhecimento do outro. Nesse campo, isso depende de disciplina.

No livro *O trabalho do antropólogo*, Roberto Cardoso de Oliveira (2000) argumenta sobre três aspectos sociais fundamentais de apreensão da realidade: o olhar, o ouvir e o escrever, de forma que tais atos sejam examinados, problematizados e não apenas assimilados. A sua discussão, voltada para a prática antropológica, não deixa de contribuir para outros campos das Humanidades, conforme ressalta o autor.

Para Cardoso de Oliveira, o ato de olhar é um dos que mais exige preparo teórico por parte do pesquisador que vai a campo. O autor defende que é preciso treinar o olhar antes do contato com o objeto, uma vez que, num primeiro momento, tal elemento nunca escapa de pré-definições. Na antropologia ele precisa ser praticado a partir de definições prévias, teóricas.

Aplicar ao olhar determinada teoria acerca da natureza de um objeto qualquer que se pretende investigar, ou por em prática tal teoria concebida anteriormente no espaço acadêmico, permite ao pesquisador um distanciamento necessário, cujo objetivo se aplica ao controle da subjetividade ou do estranhamento ao que é familiar, tornando possível, dessa forma, uma interpretação do que se vê calcada em uma linguagem própria da ciência que se aplica, ou seja, de acordo com a “literatura etnológica existente” (CARDOSO DE OLIVEIRA, 2000, p. 20).

Para se chegar a algum entendimento sobre o caráter do objeto estudado ou, por exemplo, a forma como se dá a relação de convívio entre as pessoas em uma determinada comunidade, Cardoso de Oliveira diz que é preciso ir além do olhar e comunicar-se verbalmente, na tentativa de levantar dados sobre membros de um grupo qualquer e sua história.

O ouvir, assim como o olhar, desempenha um papel essencial no trabalho de campo e, por isso, deve seguir, a princípio, as mesmas recomendações dadas à tarefa de olhar, buscando eliminar, na medida do possível, o que for dispensável e todo e qualquer julgamento pessoal sobre aquilo que se ouve. Em outras palavras, procurando excluir conteúdos desnecessários e controlar a interpretação relativa ao objeto que não pertença à teoria própria da formação do pesquisador e dos padrões de pesquisa adotados por ele.

Como aponta o autor, o ouvir permite ao pesquisador aproximar-se das raízes de seu objeto, ou ir a fundo à história de uma determinada comunidade, e mesmo aprender sobre as particularidades de uma cultura específica. É o meio pelo qual o pesquisador, por meio de entrevista, obtém maiores esclarecimentos acerca daquilo que investiga. É aqui, na discussão sobre a entrevista, feita pelo autor, que residem importantes contribuições para o trabalho jornalístico.

Cardoso de Oliveira refere-se a uma característica própria do ouvir, praticado na entrevista, que diz respeito ao choque entre duas culturas diferentes que se instaura no momento da sua realização. Chama a atenção para os aspectos estruturais da entrevista, sobretudo o poder que o pesquisador exerce sobre o entrevistado, tornando-se impossível a sustentação de um *diálogo* contundente entre pesquisador/informante.

Para que seja possível, dessa forma, a construção de um diálogo proveitoso entre as partes, é preciso que o informante e pesquisador, entrevistador e entrevistado, de acordo com Cardoso de Oliveira, criem possibilidades de uma efetiva troca de informações e conhecimentos entre entrevistado e entrevistador, transformando-se em interlocutores, fazendo com que uma parte compartilhe seu discurso com a outra, tornando viável para ambos a compreensão dos fatos.

Ao trocarem idéias e informações entre si, etnólogo e nativo, ambos igualmente guindados a interlocutores, abrem-se a um diálogo em tudo e por tudo superior, metodologicamente falando, à antiga relação pesquisador /informante. O ouvir ganha em qualidade e altera uma relação, qual estrada de mão única, em outra de mão dupla, portanto, uma verdadeira interação (CARDOSO DE OLIVEIRA, 2000, p. 24).

Já o escrever é algo que Cardoso de Oliveira considera, além de determinante, um processo delicado e complexo, em função, principalmente, de se tratar de um discurso sobre o outro e seus modos de vida. Trata-se da etapa final da pesquisa, realizada à distância do objeto, no gabinete do pesquisador, como define o autor. O olhar e o ouvir, tão cuidadosamente trabalhados em campo, são transcritos para o papel em um contexto distante ao do objeto e através de uma linguagem bastante peculiar ao universo do pesquisador.

Para o autor, o escrever do pesquisador é legitimado pela teoria que este utiliza, o que não significa deixar de fazer referência às informações anotadas em campo, apesar das modificações inevitáveis que ocorrem na interpretação dos fatos, na verdade uma releitura permitida do material coletado, em função do

distanciamento espaço-temporal, no momento da escrita, entre pesquisador e objeto.

Por fim, Cardoso de Oliveira defende a postura do pesquisador que, em seu discurso, não se coloca totalmente à parte dos acontecimentos, anulando sua própria voz, mas que também faz uso da primeira pessoa do singular, sendo o primeiro a defender suas idéias e responsabilizar-se, inclusive, pela autoria de um texto próprio de sua ciência, tornando-se, neste sentido, uma referência de credibilidade para o leitor.

Tais preocupações com o outro, além de presentes no *Novo Jornalismo*, compõem, esporadicamente, matérias de jornais tradicionais, como é o caso da matéria *Repórter puxa carroça pelas ruas de SP durante 4 dias*⁶, publicada no jornal *Folha de S. Paulo*, em 27 de abril de 2008. Nela, o repórter Gustavo Fioratti fala da experiência de viver quatro dias como um carroceiro. Outro exemplo é a revista *Brasileiros*, que também publica textos que fogem um pouco do padrão jornalístico tradicional.

O conteúdo humano agregado ao texto “objetivo” é um diferencial importante e sua essência pode se relacionar à queda na procura do público pelos jornais impressos hoje, que diz respeito, também, à natureza do conteúdo trabalhado pela imprensa. Esse conteúdo pode ser considerado bastante repetitivo e limitado às linhas editoriais das empresas de comunicação. Como aponta Antônio Cláudio Brasil (2002), em *Telejornalismo, Internet e guerrilha tecnológica*, a antropologia é uma ciência que tem sido colocada a serviço do jornalismo tanto porque acrescenta valores à atividade jornalística, através do olhar que pratica sobre a sociedade, na medida em que busca compreender, com o distanciamento necessário, o homem e seus diferentes modos de vida, quanto porque auxilia o trabalho jornalístico com sua metodologia de pesquisa. De acordo com Brasil, o trabalho de campo desenvolvido pelos antropólogos se assemelha à investigação praticada pelos jornalistas. Sem falar na técnica da entrevista que estrutura a apuração dos fatos e estabelece o diálogo entre os indivíduos, que se faz necessária tanto na antropologia quanto no jornalismo.

Elementos da antropologia podem ser facilmente percebidos no jornalismo em trabalhos de fôlego, ou seja, grandes reportagens que demandam um

⁶ <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/cotidian/ff2704200821.htm>, acesso em 27 abr. 2008.

tempo maior de apuração. Por não fazer uso de *deadline*, como é necessário no jornalismo diário, a antropologia tem muito mais propriedade para investigar e analisar os fenômenos sócio-culturais e, com isso, discorrer sobre os fatos ao redor do mundo. À “mistura entre as propostas totalizantes e científicas da antropologia com as técnicas jornalísticas mais voltadas para a popularização do conhecimento e do interesse geral do público” (BRASIL, 2002, p. 102) o autor dá o nome de *antropojornalismo*. Segundo Brasil, ao mesmo tempo em que proporciona uma maior compreensão da vida, a antropologia aponta novas e importantes alternativas de investigação para os jornalistas.

Por outro lado, como deixa claro o autor, existe uma grande dificuldade por parte dos profissionais de jornalismo, de transitar pela antropologia, em função de barreiras já estabelecidas por ambas as áreas. Se para a antropologia o jornalismo pratica um discurso reducionista com relação ao conhecimento científico, porque populariza esse saber, para o jornalismo os pesquisadores só dificultam o acesso ao conhecimento produzido pela antropologia, não demonstrando maiores interesses em estabelecer algum tipo de troca com a sociedade.

Apesar das diferenças, tanto uma quanto a outra são atividades que buscam compreender o comportamento humano, a coletividade e seus costumes. É em defesa da diversidade sócio-cultural explicada pela globalização que trabalha a antropologia. “E também é dessa forma que deveria ser o jornalismo de televisão ou de qualquer outra mídia: voltado para nos ajudar não só a entender esse novo cenário, mas nos tornando mais aptos para influenciá-lo” (BRASIL, 2002, p. 105).

Vilas Boas (1996) discute, também, sobre a existência de focos, ou melhor, olhares na narração, o que remete às relações com o outro, de cunho antropológico. Coimbra, citado por Vilas Boas (1996), argumenta a respeito de quatro tipos de focos ou olhares narrativos. São dois: o narrador-testemunha, aquele cuja presença se faz imprescindível no momento da entrevista e que, portanto, se coloca à frente da conversa e organiza a apuração dos fatos, registrando somente o que se encontra ao alcance de seu olhar; e o narrador-protagonista, que se permite certa liberdade de escrita, registrando suas impressões pessoais a respeito das histórias que lhe são contadas em entrevistas geralmente longas.

Nesse último caso, “é como se o texto tivesse sido escrito pelo(s) entrevistado(s). [...]. Ou então, o narrador-protagonista pode ser o próprio repórter (centro do acontecimento)” (VILAS BOAS, 1996, p. 52), quer dizer, o jornalista opta

por se tornar personagem da história, propondo-se vivenciar de perto uma realidade diferente da sua, para tratá-la conforme sua própria experiência e emoção.

Já o “narrador-onisciente” é o que mais aproxima a linguagem jornalística da literária. Neste caso, ou o repórter se afasta completamente dos fatos, o quanto for possível fazê-lo, já que não acredita na neutralidade jornalística, ou se envolve com a história, ‘julgando’ as atitudes dos personagens. Aqui, “é como se o repórter escrevesse o texto utilizando o olhar do personagem principal” (VILAS BOAS, 1996, p. 53).

Por fim, o “modo dramático” se assemelha à prática jornalística mais comum, exercida no dia-a-dia, na qual o repórter apresenta os fatos, as pessoas envolvidas e seus depoimentos.

Essas interfaces do jornalismo, apesar de não se constituírem em referências explícitas para os criadores/editores da *piauí*, constituem importantes elementos para a análise da publicação, apresentada no próximo capítulo.

4 PIAUÍ: CONTANDO GRANDES HISTÓRIAS

Desde que chegou às bancas, em outubro de 2006, a revista *piauí* tem conseguido se firmar em um mercado que enfrenta, atualmente, uma grave crise econômica, conquistando leitores em todo o Brasil. Na medida em que trabalha a informação de maneira diferenciada, a revista surpreende o público a cada nova edição e caminha para completar dois anos de existência com uma tiragem que varia entre 60 e 70 mil exemplares por mês, e uma vendagem de 35 mil, incluindo assinaturas e venda em bancas⁷.

Seu criador, o documentarista João Moreira Salles, em entrevista concedida a Julio Daio Borges, editor da revista eletrônica de jornalismo cultural, *Digestivo Cultural*, no dia 04 de dezembro de 2006, argumenta que a *piauí* não é fruto de uma inspiração no jornalismo literário - do qual ele se declara admirador -, nem pretende se tornar uma *The New Yorker* brasileira. Pelo contrário, “[...] é uma revista nova, inventada do zero”⁸.

João Moreira Salles defende a idéia de que o compromisso da *piauí* é com as ‘grandes histórias’, ou melhor, a produção de textos atraentes, de vocabulário amplo e que reproduzam bons temas. Seja palavra ou imagem, o que importa, segundo o documentarista, é a qualidade da informação. De acordo com o criador da revista, na *piauí* tudo é permitido, quer dizer, pode ser publicado, “[...] contando que seja bom e interessante”.

Com a redação instalada no Rio de Janeiro, a revista se cerca de antigos e novos talentos do jornalismo brasileiro, assim como de outras áreas, como é o caso do cantor e compositor Tom Zé e do ator, roteirista e diretor de cinema Woody Allen, entre outros. “Pessoas comuns” também têm espaço nas páginas da revista.

Com o objetivo de enriquecer o trabalho jornalístico, João Moreira Salles optou por misturar as gerações, levando em consideração as diferentes contribuições que cada uma tem a fazer à revista. No entanto, como aponta o documentarista, qualidade e originalidade são pré-requisitos na seleção dos profissionais que entram para o time de colaboradores da *piauí*.

⁷ Dados obtidos por meio de contato eletrônico estabelecido com Raquel Freire Zangrandi, repórter da *piauí*, durante o segundo semestre de 2007 e o primeiro semestre de 2008.

⁸ <http://www.digestivocultural.com/entrevistas/entrevista.asp?codigo=8>, acesso em 09 ago. 2007.

Assim como a maioria dos magazines, *piauí* também tem a sua versão eletrônica. Embora reproduza o conteúdo publicado em papel, cujo acesso não se restringe apenas aos assinantes, o site da revista oferece mais do que as páginas da versão impressa na tela do computador, como, por exemplo, arquivos de áudio, vídeos e textos que são produzidos exclusivamente para a versão *on line*. De acordo com Moreira Salles, Em tempos de crise, a *piauí* também “depende essencialmente de publicidade e de assinaturas” como outras revistas.

Apesar de considerar a afirmação de Tom Wolfe (2005) de que a literatura de não-ficção superou a literatura de ficção exagerada, João Moreira Salles reconhece o valor da primeira a ponto de equipará-la à segunda, bem como defende a idéia de que “[...] o documentário não precisa ter vergonha de não ser longa de ficção”.

Segundo o documentarista, a intenção da *piauí* não é salvar o jornalismo brasileiro no que ele tem de ruim, mas ser uma revista prazerosa “[...] e que revele coisas curiosas, importantes, fúteis, boas e ruins sobre o Brasil”, características de uma publicação que até então, segundo João Moreira Salles, faltava no mercado editorial brasileiro.

Na opinião do colunista do jornal *Folha de S. Paulo*, Contardo Calligaris, que dedicou sua coluna de 19 de outubro de 2006 à revista, que havia acabado de ‘sair do forno’, *piauí* tem o dom de tornar público o desconhecido, geralmente excluído pela grande imprensa, e de valorizar o cotidiano do cidadão comum. Mais ainda, tem “interesse pela vida concreta”, o que transforma sua chegada num “evento político”. Afinal de contas, como aponta o colunista, a “[...] condição básica de uma convivência democrática é que se torne relevante a variedade das vidas concretas [...]”⁹.

Vejamos como isso ocorre nos textos selecionados para análise.

Na seção *esquina* da *piauí* de outubro de 2006, a matéria *Relato de uma guerra*, que divide as cinco páginas da seção com mais seis matérias, apesar de curta, se comparada com o tamanho padrão das reportagens da revista, é curiosa e divertida, além de polêmica. O que mais pode surpreender e admirar o leitor na matéria é justamente a ousadia do autor ao tratar de um assunto tão inesperado. A novidade, da qual trataremos a seguir, o grande diferencial em *Relato de uma*

⁹ CALLIGARIS, Contardo. O Piauí é aqui. *Folha de S. Paulo*, São Paulo, 19 out. 2006. Caderno Ilustrada, p. E12.

guerra, além de valorizar a matéria, desperta o interesse do leitor por temas mais inusitados.

Com todo respeito à crença dos outros, não há como o leitor não achar graça no dilema das evangélicas de Salvador (BA) que querem vender acarajé, mas não aceitam ter que vestir as roupas do candomblé, como exige a Associação das Baianas de Acarajé e Mingau, “responsável pela fiscalização dos tabuleiros” (RELATO, 2006, p.12).

Tânia foi baiana por dois dias, o tempo que demorou até que ela aprendesse a driblar a fiscalização. Se exigissem, compraria uma bata, mas se recusaria a usá-la antes da bênção do pastor – segundo ela, a maneira teologicamente correta de neutralizar todo traço do candomblé e fazer da roupa um simples uniforme (RELATO, 2006, p.12).

O texto se sustenta, principalmente, nos depoimentos dos entrevistados, cerca de dez pessoas, entre homens e mulheres, evangélicos e baianas do candomblé, o que torna a matéria leve, dinâmica e informativa, mas que provavelmente renderia mais páginas sem entediar o leitor, que finaliza a leitura atento ao que é banal, interessado no cotidiano e em seus sentidos ocultos.

Miraci é uma baiana que nunca esteve na ilegalidade. Trabalha há quinze anos no Pelourinho, último reduto do acarajé tradicional: “Se nós entramos com a nossa roupa e esses colares num templo evangélico, eles nos expulsam. Então, também não deixamos baiana evangélica entrar no Pelourinho. Quando vejo um tabuleiro com letreiro escrito ‘acarajé de Jesus’, pergunto à baiana se ela por acaso já viu Jesus comer acarajé. Quem é que já leu na bíblia que em tal ano Jesus comeu acarajé? Jesus come é pão. Não sou contra Jesus – Ele é o Todo-Poderoso -, mas se os evangélicos dizem que o acarajé deles está com Jesus, é porque, na lógica, o nosso só pode estar com o demônio” (RELATO, 2006, p.12).

O relato desse episódio apresenta de maneira original os conflitos religiosos existentes no Brasil de hoje, sem fazer referência a dados estatísticos, análises de especialistas e fontes oficiais.

Pode-se dizer que o segundo texto jornalístico escolhido trata de uma denúncia, completa, bem-humorada, cuja narrativa possui ritmo e pode gerar expectativa no leitor. Rica em fontes e dados complementares, são quatro páginas de muita criatividade. Assim é a reportagem da jornalista e escritora Vanessa Bárbara, *Bom-dia, meu nome é Sheila*, publicada na seção *mundo do trabalho*, em outubro de 2006, que faz uma crítica às péssimas condições de trabalho dos operadores de telemarketing no Brasil. Ao leitor resta perguntar: como é possível

trabalhar nessas condições? E as autoridades, não fazem nada? Alguém precisa tomar uma providência.

Esse objeto, à primeira vista comum e desinteressante, poderia tornar-se matéria?

Já no primeiro parágrafo do texto o leitor é apresentado a Fagner, uma das principais fontes utilizadas na reportagem. Informações a respeito de Fagner, como seu sobrenome, sua idade, suas experiências profissionais em outras áreas, o desejo de se tornar um operador de telemarketing e os resultados dessa busca, Vanessa Bárbara fornece ao longo do texto, juntamente com detalhes a respeito do curso de telemarketing do professor Isaac Martins, realizado em São Paulo (SP), que Fagner e outros jovens desempregados e desconhecidos freqüentam.

Ainda no início da reportagem a jornalista descreve algumas características gerais dos cursos de telemarketing e apresenta os depoimentos de uma fonoaudióloga, bem como de um médico, mais adiante no texto, para informar o leitor a respeito dos perigos que enfrenta a saúde de um operador de telemarketing. Além, é claro, de dar ênfase a esse aspecto por meio dos depoimentos dos entrevistados.

O riso que provoca nem sempre resulta do humor que também pratica, mas também da apreensão ou indignação que a reportagem gera no leitor. Essa maneira de narrar os fatos e a própria lógica que o texto segue, uma miscelânea de vozes e lugares, que modifica constantemente a cena, prende a atenção, envolve, sensibiliza aqueles que lêem e passam a interpretar a história como um problema de saúde pública e, portanto, quem sabe, uma boa causa pela qual lutar.

Estefânia começou a trabalhar como operadora em 1989. Na época não se usava o *headset*. Eram maiores, assim, os riscos de desenvolver tendinite, lordose e outros problemas na coluna. Pelo menos em teoria. Com o passar dos anos, ficou claro que a popularização dos novos equipamentos de telefonia e informática não resultou na melhoria das condições de trabalho. "O operador passou a ser mais sacrificado", diz Estefânia. Se antes a meta de um operador de telemarketing era atender cinqüenta ligações, agora a meta mínima é 150, às vezes quinhentas. Há um tempo médio de atendimento exigido, muitas vezes restrito a trinta segundos por chamada. Perde pontos o operador que gastar com o cliente mais tempo do que o estipulado pela empresa (BÁRBARA, 2006, p. 20).

Em pouco tempo de leitura os cenários se formam no imaginário do leitor e os entrevistados se tornam personagens de uma verdadeira história. Porém, em alguns trechos da reportagem o leitor tem a sensação de estar lendo uma crônica ou

um conto, um texto de natureza mais lúdica. Em outros momentos, é apenas realista, já que faz referência a uma dura realidade, reproduzindo experiências e relatos de pessoas que de fato existem.

“Bom-dia, meus guerreiros!”, ataca o professor Isaac Martins. Ele não admite alunos sonolentos. “Para ser grande profissionalmente, você precisa estar na tomada. Toda vez que eu disser ‘todo mundo ligado’, é pra bater uma palma e dizer: *Ha!* Como os samurais”. A turma inteira responde: *Ha!* É o primeiro dia do curso Operação de Telemarketing. Pela participação, Fagner já ganhou quatro bombons. “Vou sair daqui e vender”, diz. “Pelo telefone”, completa um colega (BÁRBARA, 2006, p. 18).

Objetiva no sentido de não deixar faltar informação a respeito do universo profissional de seus personagens, a reportagem é bastante descritiva, e a mesma ênfase que atribui a outros personagens, além de Fagner, atribui aos elementos do telemarketing, como, por exemplo, sua origem, teoria, as técnicas que utiliza, os danos que pode causar à saúde e mais: o que outros países têm feito para combater os abusos e inconveniências das empresas com os clientes.

Já a reportagem *How do you do, Dutra?*, do escritor Antonio Prata, publicada em novembro de 2006, na seção *viagem*, possibilita ao leitor uma verdadeira e alucinante viagem pela Via Dutra. Ou seja, pegar carona no texto de Antonio Prata e desvendar os mistérios de cada trecho da rodovia visitado pelo escritor. Rapidamente as páginas da *piauí* se transformam num portal pelo qual o leitor chega a sentir o cheiro do asfalto da Via Dutra. Até quem não gosta de pamonha pode ficar com água na boca quando se depara com Antonio Mendonça, conhecido por Toninho da Pamonha, um ex-bóia-fria que hoje vende pamonha na rodovia.

A descrição do passado e do presente de cada personagem e os depoimentos dos próprios entrevistados dão corpo ao texto. Em *How do you do, Dutra?*, os diferentes trechos da rodovia não se misturam, uma história dá seqüência à outra de maneira bastante organizada. A importância da descrição dos fatos aqui, que também representa o trajeto feito por Antonio Prata em sua passagem pela Via Dutra, está, ainda, na grande probabilidade de compreensão e valorização do leitor dos esforços que são necessários à produção de uma reportagem desse porte. Além disso, mostra que por trás das estatísticas de acidentes divulgadas pelo jornalismo padrão, há muito mais coisas na rodovia que merecem ser conhecidas.

São tantos detalhes ao longo de cinco páginas de texto que o leitor pode deixar-se levar pelo entusiasmo do próprio autor e se perder no tempo. O humor de

Antonio Prata também confere certo frescor à reportagem. Sua sensibilidade, presente na forma cautelosa de se referir à luta pela sobrevivência de alguns de seus personagens pode surpreender e emocionar o leitor.

Severino, de 72 anos, foi menino de rua no Recife. “Eu ficava admirando os pintores. Como é que o cara ganha um dinheiro tão ligeirinho?” Severino colou num pintor e ia com ele de cima para baixo, pedindo para aprender. O cara não ensinou. Decidiu comprar tinta e pincel e aprender sozinho. “Os caminhoneiros pagavam só porque tinham dó. Isso durou uns quatro meses. Depois, eu arreepei. Meus sete filhos eu criei às custas do caminhão, nunca fui empregado, nunca fiz outra coisa na vida” (PRATA, 2006, p. 20).

Trata-se de uma narrativa construída do começo ao fim de modo a despertar a curiosidade de quem lê apenas com o subtítulo: “É mais arriscado [e divertido] ir de São Paulo ao Rio de carro do que remar da África a Salvador” (PRATA, 2006, p. 18-19).

Primeiro as pamonhas de Toninho; depois as piscinas de Antonio; mais adiante membros e órgãos de cera. O interesse do autor pela diversidade de produtos que se encontram à venda nos arredores da Via Dutra é um dos fatores responsáveis pela graça e vida do texto. Em *How do you do, Dutra?*, cada uma das histórias poderia se transformar numa grande reportagem, ou mesmo num romance.

O jornalista Luiz Maklouf Carvalho, em *Blitz!*, reportagem publicada na seção *cena policial*, em maio de 2007, inicia uma argumentação sobre abuso de poder, praticado por policiais, com a história de um pai de família, de 38 anos, que quase perdeu a vida depois de apanhar de um policial na estrada, após mostrar “o dedo médio em riste” (CARVALHO, 2007, p. 39) para uma viatura da PM paulista. “O clarão súbito dos faróis [...] ofuscou e irritou Conradt” (CARVALHO, 2007, p. 39). Luiz Maklouf Carvalho é crítico e denuncia a conduta violenta das autoridades com responsabilidade, demonstrando clareza sobre esse tipo de situação.

Aquilo é o dedo médio erguido em sinal de protesto pelos faróis que quase o cegaram. Um gesto banal que, com um mínimo de sensatez e de preparo psicológico, faria os PMS o relevarem, e seguirem seu curso. Teoricamente, Conradt poderia processar os policiais, acusando-os de abuso (CARVALHO, 2007, p. 39).

O jornalista cita casos terríveis no decorrer de três páginas de reportagem. Seu texto pode ser interpretado como um exemplo de transparência. Mais impressionante pode ser a qualidade do detalhamento que Luiz Maklouf Carvalho faz dos atos de violência vividos por cada personagem de *Blitz!* e

praticados por homens que deveriam, ao contrário, prezar pela segurança e bem-estar do cidadão.

O nutricionista e professor de Educação Física, de 38 anos, sentiu na testa o cano frio de um revólver. “Mãos na cabeça!”, escutou. Ainda sentado na moto, com o capacete, entrelaçou os dedos atrás da nuca. Sentiu a mão de aço de um policial esmigalhar-lhe os dedos. Em seguida, vieram solavancos na cabeça. O policial tentava arrancar seu capacete sem soltar a trava. “Tira essa merda e sai da moto”, ordenou. A mochila com os pães, o queijo e o presunto foi jogada no chão de terra. O treinador desmontou da moto, e foi logo empurrado contra a parede de uma construção abandonada. “Abre as pernas, otário!”, ordenou o PM, dando chutes na parte interna dos tornozelos. [...] (CARVALHO, 2007, p. 39).

A maneira inteligente e vívida como o jornalista expõe os fatos e o vocabulário que utiliza transformam os acontecimentos em cenas pungentes e por isso podem surpreender o leitor e criar solidariedade com as vítimas do abuso de autoridade. Sua reportagem tem a força de um romance policial, bastante violento inclusive. Mais difícil pode ser encarar a história na pele.

Amedrontamento, submissão, insegurança, antecipação do pior, sudorese de culpado sem culpa, alívio e gratidão por ter saído ileso, seguidos de frustração, humilhação e raiva por ter tido medo – costuma ser essa a seqüência de sentimentos do civil honesto em relação à abordagem das autoridades policiais. Com frequência, a abordagem truculenta serve de embrião do qual brotarão o achaque e, às vezes, a tortura (CARVALHO, 2007, p. 39).

Luiz Maklouf Carvalho também utiliza dados de uma pesquisa que apontam o nível de insegurança dos paulistanos com a polícia, e de uma pesquisa realizada com moradores do Rio de Janeiro sobre a abordagem policial nas ruas da cidade. As fontes são várias e diversificadas: depoimentos de dois coronéis e um tenente da Polícia Militar; de um estudante universitário, músico e *rapper*; de um promotor; de uma cientista política e de um líder comunitário, na tentativa de manter o leitor informado sobre vários aspectos e perspectivas, com o objetivo de mostrar a pluralidade de um mesmo fato.

Com a pulga atrás da orelha. É assim que fica o leitor ao ler o primeiro parágrafo da matéria *Estalos Lítero-Policiais*, publicada na seção *esquina*, em junho de 2007.

Navalha, desvio de recursos públicos federais. *Hurricane*, jogo ilegal. *Oráculo*, fraudes em concursos públicos e vestibulares. *Ctrl+Alt+Del*, roubo de senhas bancárias pela internet. *Eros*, venda de remédio ilegal para correção da disfunção erétil. *Toupeira*, construção de um túnel para roubar bancos. *Sanguessuga*, fraudes em licitações na área da saúde. *Narciso*, sonegação fiscal da Daslu (ESTALOS, 2007, p. 9).

Mais do que uma simples explicação sobre como se dá a escolha dos nomes das operações da Polícia Federal, a matéria oferece ao leitor um breve passeio pelos bastidores das operações, propondo uma nova ‘cobertura jornalística’ da cena policial, valorizando o inusitado, a saber, os títulos das operações da PF.

O texto é simples, de fácil leitura. A matéria introduz o leitor no assunto com base em exemplos de nomes de operações da Polícia Federal e na justificativa da escolha de alguns deles desde o início das nomeações. Em seguida, o foco se desloca para o entrevistado, o responsável pelo batismo das operações, e o processo de escolha dos nomes, até a descrição sobre como é o ambiente de trabalho da PF de Brasília e informações sobre alguns detalhes a respeito da vida privada do entrevistado, o diretor-executivo da Polícia Federal, Zulmar Pimentel. E assim segue o texto, com riqueza de detalhes para compor a cena.

[...]. O clima é de grande informalidade. Um rapaz espeta a cabeça na antesala e pergunta à secretária se o doutor vai engraxar os sapatos hoje. Elma abre a porta do chefe — na plaquinha, em vez do nome de Pimentel, lê-se “Jesus é meu pastor” — e volta com a resposta: “Ele disse que está numa reunião importante, que fica chato ficar descalço agora. Perguntou se você pode voltar depois” (ESTALOS, 2007, p. 9).

Apesar de desenvolver a matéria por meio do depoimento de apenas um entrevistado, o autor humaniza a fonte surpreendendo as expectativas do leitor, que encontra em Zulmar um homem criativo, evangélico, que coleciona vasos e potes em seu escritório.

O bagulho é doido, tá ligado?, do jornalista Luiz Maklouf Carvalho, publicada na seção *turnê gangsta*, em julho de 2007, é outra reportagem de fôlego. O autor inicia o texto apresentando ao leitor o líder do grupo de rap Facção Central, Eduardo Taddeo. Passa pela origem do rap e seu desenvolvimento, até o gênero chegar ao Brasil, e cita os nomes dos grupos mais conhecidos do país para depois entrar nos detalhes da turnê feita pelo Facção Central.

O destaque de *O bagulho é doido, tá ligado?* está na distribuição, ao longo de cinco páginas de reportagem, de trechos de algumas músicas cantadas pelo grupo, a maioria composta por Eduardo Taddeo, que complementam as idéias defendidas pelo próprio Facção Central, presentes no texto de Luiz Maklouf Carvalho.

É UMA GUERRA ONDE SÓ SOBREVIVE
QUEM ATIRA
QUEM ENQUADRA A MANSÃO
QUEM TRAFICA
INFELIZMENTE O LIVRO NÃO RESOLVE
O BRASIL SÓ ME RESPEITA COM
UM REVÓLVER (CARVALHO, 2007, p. 52).

Letras violentas à parte, o jornalista descreve a história de vida dos membros do Facção Central de maneira tão detalhada que o leitor pode se sentir íntimo do grupo, como se os conhecesse há muito tempo. A narrativa flui como se o autor do texto estivesse contando, numa mesa de bar, a experiência de acompanhar o grupo numa turnê. Trata-se de uma reportagem que não perde o gingado, como os *rappers* no palco, capaz de envolver o leitor a cada novo perfil.

Dum-Dum é Washington Roberto Santana. Tem 38 anos e 1,80 metro de altura num corpo musculoso e esguio. [...]. Filho de doméstica com pai que praticamente não conheceu, foi criado no bairro do Cambuci. Morou em cortiços, estudou até a quinta série e cedo pegou no pesado. Com 11 anos já tinha feito carreto, entregado jornal e trabalhado numa fábrica caseira de martelos, colocando os cabos. Passou a trabalhar em feira livre, limpando peixe. Pegou gosto e foi peixeiro, até os 17, sempre em feiras. Depois, se tornou ajudante numa empresa que produzia fotolitos, e faliu. “A única opção que vi foi vender drogas, entrar para o tráfico”, conta (CARVALHO, 2007, p. 51).

O vai e vem entre os bastidores da turnê e da própria história de vida de alguns integrantes do Facção Central, que se fortalece tanto na voz do narrador quanto nos depoimentos dos próprios entrevistados, além das informações que também resultam da observação do jornalista, podem renovar as energias de quem lê, desprendidas pela tensão e revolta geradas pela própria realidade tratada.

Luiz Maklouf Carvalho não toma partido do rap, nem da polícia, rivais constantes nas letras. O jornalista, apesar de tender a criticar as letras do Facção Central, mais do que elogiar, é elegante na maneira de se referir ao grupo e ao próprio rap, permitindo que o leitor chegue às suas próprias conclusões, por meio, ainda, de uma apresentação equilibrada de prós e contras, que surge da opinião de alguns pesquisadores entrevistados.

Espaço no qual o leitor pode descobrir outro sentido na vida de pessoas nem sempre conhecidas. Espaço reservado ao cidadão interessado em falar do seu cotidiano. Espaço democrático, incomum, especial. Isso é a seção *diário* da revista *piauí*, na qual a vida ordinária das pessoas merece ser contada.

São relatos de experiências de vida que ocorrem no período de uma semana, um mês, um ano ou mais. Trata-se de uma seção capaz de fazer o leitor refletir sobre a própria vida, e até pensar em escrever seu próprio diário. É possível aprender algo novo em cada história contada na seção, na qual pode acontecer, ainda, de o leitor se identificar com alguns papéis e se permitir embarcar na vida do outro e experimentar, mesmo que imageticamente, uma realidade diferente, como geralmente ocorre quando a leitura é prazerosa.

O trabalho, a família, uma viagem, um segredo, os diários revelam hábitos, costumes e os sentimentos das pessoas com relação à determinada rotina que seguem, podendo provocar sensações diversas no leitor. A simples constatação de que se trata de um texto produzido por alguém desconhecido na grande mídia, pode causar estranhamento e criar expectativa. O mesmo pode ser dito quando se trata de alguém conhecido do público, mas que, ao narrar parte de seu cotidiano, mostra seu lado comum, ordinário e desconhecido. Outra característica interessante da seção *diário* é a diversidade de autores.

A escritora e jornalista carioca Cecília Giannetti, de 29 anos, em *Hoje o bicho pega na Boate*, diário publicado em outubro de 2006, fala, essencialmente, da sua experiência como *bartender* em uma boate na cidade de Nova York. O diário, cujo foco é o início de uma vida nova em um novo país, considerando os primeiros dias de trabalho de Cecília, foi escrito entre os dias 12 e 22 de setembro, de um ano qualquer não mencionado no diário.

No primeiro dia, Cecília percorre as ruas de Nova York atrás de emprego. No segundo, volta à boate onde esteve no dia anterior para trabalhar como *bartender*. No terceiro, Cecília sente saudades do Brasil, fala da burocracia necessária para conseguir trabalhar legalmente no país, como jornalista, e dá exemplos de amigos que um dia tentaram a sorte nos Estados Unidos e se deram bem. No dia seguinte, após escutar uma discussão em árabe entre o dono, o gerente e uma funcionária do bar *Tutankamon*, percebe que é melhor mudar de emprego. No quinto dia, apenas dorme, descansa e fala dos machucados no rosto do gerente da boate. Já no sexto dia, um dos trechos mais divertidos do diário, fala dos *drinks* que prepara e, principalmente, da carona assustadora que resultou num jantar com o dono do *Tutankamon*, que deu em cima de Cecília. No penúltimo dia, abre uma conta no banco e é atendida em um hospital público como nunca antes em

sua vida. Cecília então finaliza seu diário falando das coisas úteis jogadas fora nas calçadas de Nova York e de excelentes livros que já adquiriu no lixo.

Tudo isso e muito mais num texto de três páginas repleto de humor e rico em detalhes sobre o *Tutankamon*, as pessoas que trabalham no local e das impressões de Cecília da boate e da própria cidade.

Correram apenas sete ou oito horas do meu primeiro dia de trabalho e já sei algumas coisas sobre Mo. Sei que ele cheira, que ele bebe, que ele carrega Xanax — um ansiolítico, no bolso da calça —, que só dorme depois de ter passado três noites seguidas acordado, que ele tem uma namorada em casa e meia dúzia fora. Deixa claro que, se eu quiser integrar o harém, há espaço (GIANNETTI, 2006, p. 27).

Inspiradora, principalmente para os mais aventureiros, e emocionante. No mínimo, a coragem de Cecília é admirável. Essas são algumas das conclusões a que o leitor pode chegar com relação à experiência vivida por Cecília Giannetti em Nova York.

Há muitos outros exemplos de diários elaborados por cidadãos comuns, pessoas desconhecidas, esquecidas, mas que têm algo a dizer e que podem modificar o olhar do leitor para a realidade que representam. Uma das semelhanças entre os diários é a introdução abaixo do subtítulo que apresenta o autor do texto e o assunto que será tratado por ele, como ocorre em *Ganhei a primeira cruz no meu bisturi*, diário publicado em novembro de 2006.

Vinte e sete anos de idade e quatro de residência, o cirurgião capixaba **JÓRIO DE BARROS** se divide entre o Hospital Federal do Andaraí, na zona norte carioca, e o hospital da Polícia Militar do Rio de Janeiro. Com salário de 3 mil reais, e rachando o aluguel de 1,6 mil com os irmãos, já operou mais de duzentos pacientes. A profissão está no DNA: pai urologista, mãe ginecologista, irmã radiologista. Ele mora na Tijuca, namora uma pediatra. A seguir, suas anotações de um mês de rotina (BARROS, 2006, p. 32).

Jório se preocupa com os pacientes; faz mais de uma cirurgia por dia; não tem tempo para almoçar; no fim de semana, plantão; é flamenguista; tem medo de asa delta e também fica doente. Ganhou a primeira cruz no seu bisturi numa terça-feira.

Saí do Andaraí, passei em casa e segui para o Hospital da pm, no Estácio, onde, às 19h, fizemos outra cirurgia. Correu tudo bem, mas estou saindo à meia-noite, só com um lanche na barriga e bastante gripado, doido para chegar em casa, comer alguma coisa e descansar. Tenho que estudar um pouco antes de dormir — senão não termino a especialização em laparoscopia (BARROS, 2006, p. 32).

Segundo atesta em seu diário, Jório faz uma coisa seguida da outra, quase não dorme. Seu ritmo frenético parece absurdo. Seria compreensível se o leitor sentisse falta de ar ao ler seu diário. Por outro lado, a medicina se transforma em milagre e seus profissionais em verdadeiros anjos da guarda que cuidam das vítimas da violência. Há algo de fascinante nas palavras de Jório que expõem um lado difícil da profissão de médico, além do imaginário comum.

A atriz paranaense Anna Toledo também possui uma rotina que se diferencia do ritmo de vida padrão de muitos brasileiros. Inicia seu diário numa quarta-feira e encerra numa segunda-feira, após passar de uma quinta para um sábado. Parte de sua vida segue no improviso, como no teatro.

SEXTA-FEIRA – Marcel, meu marido, me acorda às oito e meia com beijo de bom-dia. Pelo tom do beijo, percebo que sua semana está terminando. Abro os olhos: jeans, camisa, sapato. O *casual day* é um conceito obscuro para mim, mas parece alegrá-lo bastante. Desejo-lhe um bom dia e durmo até às dez. De hoje até o domingo à noite, ainda tenho cinco shows pela frente. Quando sair do teatro, depois da sétima (e última) sessão da semana, louca por uma caipirinha, Marcel estará se preparando para dormir e encarar a sua nova semana, na manhã seguinte. *O nosso amor é tão bom, o horário é que nunca combina*, comentou Chico Buarque – e eu demorei pra atinar que era comigo (TOLEDO, 2007, p. 21).

Em *Gatinha, você está editada!*, Anna fala da sua rotina de testes para comerciais e explica como funcionam as agências de atores e as produtoras responsáveis pelos testes publicitários. Para isso, utiliza exemplos de um amigo, Roberto, e de sua própria experiência nesse mercado, com riqueza de detalhes em cada um dos quatorze dias que compõem seu diário. Anna também fala de sua relação com o teatro, sua principal ocupação, do musical que está participando no momento e de outros trabalhos que realiza.

O diário publicado em janeiro de 2007 é extenso e divertido. A rotina que varia conforme toca o telefone, podendo ser a agente de Anna agendando um novo teste ou outra pessoa convidando a atriz para um trabalho qualquer, e a própria movimentação dos dias que Anna reproduz em seu diário, podem causar no leitor a sensação de estar assistindo um documentário sobre a vida de Anna Toledo, que se desenvolve longe do glamour das celebridades do teatro, da TV e do cinema.

Chego às dez da manhã, faço a ficha, pego a minha claquete, vou para a maquiagem, entro no estúdio, sorrio para o *cameraman* (é muito importante o *câmera* ir com a sua cara!), cumprimento a diretora e sento na poltroninha indicada. É uma entrevista gravada, a diretora vai fazendo perguntas: Profissão? Atriz. Idade? Trinta e seis. Casada? Sim. Filhos? Não. Por que não? (TOLEDO, 2007, p. 22).

Daria até para imaginar a câmera seguindo a atriz em tudo quanto é canto por onde ela passa.

Há também o diário do ascensorista Nilton da Silva, de 73 anos, publicado em fevereiro de 2007. O título resume bem a história: *53 anos de sobe-e-desce*. É uma vida dentro de um elevador. Muita gente já entrou e saiu do elevador do Seu Nilton, homem simples, de boa memória. É casado, tem uma filha que não consegue fazer regime, já teve sorte com rifas e chegou a carregar defunto no edifício onde trabalha. Fala da violência, assustado, e relembra o passado. Um autêntico brasileiro. Um trabalhador descolado.

A profissão tem dificuldades. Num elevador manual como este, a alavanca de comando forma um ângulo de 180 graus. Quando você a desloca para o meio, o elevador fica parado. Quanto mais você a apontar para as extremidades, mais ele acelera, para cima ou para baixo. Tinha que controlar isso também. Hoje nem preciso mais olhar para a manivela. Sou igual esse elevador aqui: velho, mas melhor que muito novo aí (SILVA, 2007, p. 17).

Outro exemplo é o da costureira Angela Tavares da Silva, que trabalha na fábrica da Duloren, no subúrbio do Rio de Janeiro, há dezesseis anos. Em *A rotina de pontos em calcinhas*, diário publicado em junho de 2007, a costureira fala essencialmente de trabalho e família.

Angela acorda muito cedo para chegar à Duloren a tempo de bater o ponto às sete da manhã. Sua especialidade: calcinha. Faz hora extra no emprego, vende cosméticos e as calcinhas que compra por R\$ 2,00 na fábrica para aumentar a renda familiar. É casada com um flamenguista e tem um bebê que chama de “Príncipe de Ébano” (SILVA, 2007, p. 16). Também é religiosa.

Mulher, esposa, mãe, filha, irmã, tia, amiga, esses são os papéis de Angela na vida real. Sua história é comum, porém significativa. Diz respeito à história de muitas mulheres. O que Angela parece querer dizer ao leitor é que a felicidade está na maneira como cada um administra sua própria vida e no modo de se referir a ela, como Angela faz em *piauí*: com alegria e prazer.

Hoje é aniversário da minha mãe: 58 anos. Como ela já havia ganhado o telefone celular uns dias antes, guardei a sandália para hoje. Ela adorou. Tivemos um jantar em família. Quando cheguei do trabalho ela já tinha preparado tudo, e botava a mesa com minha sobrinha, a Carla, de oito anos. Ficamos esperando o Wagner e o Wallace, esposo de minha mãe. O Wallace é bem mais novo do que ela, acho que tem uns 40 anos. Saí com minha sobrinha até o Bar do Baiano, para comprar cerveja. Compramos cinco garrafas. Minha mãe havia feito peixe frito com molho de camarão, pirão, espinafre ao molho branco, empadão de frango e, de sobremesa, cuscuz branco em caçarola. Estava tudo uma delícia. Depois, eu e minha mãe fomos lavar a louça da janta (SILVA, 2007, p. 17).

Por último, mas não menos importante, o diário de um jovem de 21 anos que trabalha na seção de frios de um supermercado em Ipanema, publicado em setembro de 2007: *Onze da noite é a hora dos solitários*. Francisco Jaime Alves Barbosa faz amizade com os fregueses do supermercado Zona Sul com muita facilidade. É botafoguense e parece cansado de ver tanta miséria ao seu lado. Mas cai na pele das gordinhas e não perdoa mulher feia. Mora na favela e acorda com barulho de tiro. Quer mudar de vida.

Quando entro no trem, já fico esperando alguém com alguma história triste, uma doença. Trem é lugar desses papos. Todo dia tem um. Hoje apareceu um homem que precisava de dinheiro para comprar uma prótese de olho. Ele pedia o dinheiro e abria o olho para mostrar. Sempre que o trem passa pela estação Maracanã, fico olhando o prédio da Uerj. Um dia eu chego lá. Quero ser cirurgião ortopédico. Estou economizando para fazer o pré-vestibular. Já tenho 320 reais na gaveta perto da minha cama (BARBOSA, 2007, p. 16).

Francisco fala 'rasgado', é realista, esperto. Mas os detalhes com os quais constrói suas histórias também podem aguçar a curiosidade do leitor e criar muita expectativa. Fatos completamente inusitados e divertidos, ou violentos. Em seu diário, Francisco revela situações de todos os tipos. Há muita informação e ele parece querer dizer que tem mais o que falar. O leitor pode enxergar em Francisco um grande observador, talvez um talento para a literatura desperdiçado.

Hoje é o dia de maior movimento. Gente de todo o tipo. Solitários, casais, gente da minha idade, domésticas, estrangeiros, pessoas que fazem as compras da semana, do mês e, no final, passam ali no balcão para completar com frios e queijos. É dia de compra grande. Tem gente que leva mais de 2 quilos de presunto e queijo. É uma loucura, a fila não diminui, sai um, entra outro. Tem casais que se encontram nos fins de semana. Dá para perceber, porque ficam na fila se beijando o tempo todo. É engraçado adivinhar a vida das pessoas (BARBOSA, 2007, p. 18).

5 CONCLUSÃO

Como apontam os exemplos do capítulo anterior, as reportagens da revista *piauí* conferem grande importância e tratam com profundidade os temas abordados, porém desviam-se dos fatos ‘quentes’, dos acontecimentos fortes e dos escândalos, presentes diariamente nos jornais e nas revistas semanais. Se supostamente o *lead* também tem a função de despertar o interesse pela conclusão da leitura da notícia, *piauí* cumpre com essa tarefa de forma alternativa e cativante. Suas longas reportagens são verdadeiras histórias com começo, meio e fim, e que não são concluídas enquanto o assunto não é esgotado, mostrando que na revista a noção de tempo é outra, diferente daquela urgente na mídia tradicional. Em *piauí*, não é o texto que adapta-se à diagramação, mas sim o contrário. (Informação verbal)¹⁰. O tamanho dos textos também é um forte indício do que é considerado prioridade para a revista, além de ser um de seus diferenciais: contar grandes histórias. É fato, como foi exposto no capítulo anterior, que as reportagens da *piauí* recebem um cuidado todo especial.

Além de não cobrir os acontecimentos “mais importantes” ocorridos no Brasil e no mundo a cada mês, como geralmente acontece na grande mídia, *piauí* não possui editoria tal como outras revistas. Nem mesmo suas seções são todas fixas. Sua equipe de colaboradores também varia muito. A revista não se prende a esse tipo de preocupação e termina rompendo com uma estrutura de redação padrão. Ainda assim não existe uma definição certa quanto ao estilo da *piauí*. Melhor é não rotular.

Trata-se, na realidade, de uma revista bem humorada e criativa, que se interessa por temas que, a princípio, não interessam a ninguém, ou seja, seu conteúdo não tem, na verdade, utilidade prática. Por outro lado, *piauí* representa um Brasil novo e fascinante, até então ignorado pela imprensa brasileira. O próprio nome revela um pouco a vontade da revista de falar de coisas que geralmente não aparecem na mídia tradicional: *piauí*, um lugar que não consta nas pautas das grandes redações¹¹. É o que diz João Moreira Salles em entrevista publicada no

¹⁰ Expressão utilizada pelo jornalista e editor da *piauí*, Marcos Sá Correa, no 3º Congresso Internacional de Jornalismo Investigativo, realizado no Centro Universitário de Belo Horizonte – Uni-BH, em 09 de maio de 2008.

¹¹ BARROCA, Cristina; LISBOA, Henrique. Um parafuso a mais na imprensa. *o ponto*, Belo Horizonte, jul/ago. 2007. Seção Mídia, p. 14-15.

jornal *o ponto*, da Universidade FUMEC, de Belo Horizonte. E tão importante quanto os temas é a maneira como determinado assunto é narrado¹² (ANEXO A). Mais do que tratar do inusitado, *piauí* informa de maneira singular, por meio de grandes reportagens, histórias como as contadas em livros de ficção, com muitos personagens e detalhes dos ambientes pelos quais transitam os entrevistados e variedade de opiniões. Suas reportagens sempre trazem alguma novidade, elemento que também surpreende e gera expectativa no leitor.

Na revista, a vida ordinária das pessoas não precisa competir com os fatos considerados fundamentais para o jornalismo de notícia, do corre-corre, para ser interessante. E esse é apenas um dos motivos pelos quais o cidadão comum torna-se relevante para a *piauí*.

Se para realizar um documentário é preciso estabelecer uma relação de grande proximidade com o personagem, o trabalho jornalístico desenvolvido em *piauí* ainda lembra uma das funções desempenhadas pelos documentaristas, já que para produzir uma reportagem, tal como grande parte das reportagens comentadas no capítulo anterior, é preciso estar totalmente conectado com o entrevistado e observar os mínimos detalhes à sua volta, já que é esse tipo de informação que dá vida ao texto da revista, além de ser mais um de seus diferenciais. Essa interface com o documentário merece maior reflexão, o que será desenvolvido posteriormente¹³.

A revista pulsa, é ousada, inteligente e sem pretensão. Mais ainda, resultado de uma observação cautelosa do mundo à sua volta, um verdadeiro laboratório mensal de temas de toda natureza, com abordagens jornalística, literária, antropológica e o que mais existir num universo de infinitas possibilidades como pretende a revista *piauí*, na qual não existem limites para criação e de manifestação da curiosidade e mesmo do interesse pessoal tanto de seus idealizadores quanto dos profissionais que passam por sua redação.

Por fim, gostaria de deixar claro meu apreço pessoal pela publicação, o que ficou visível no texto produzido, que fugiu um pouco das regras de uma

¹² Explicação dada por João Moreira Salles em entrevista concedida à autora da presente monografia, em abril de 2008, por meio de correspondência eletrônica estabelecida com Raquel Freire Zangrandi, repórter da *piauí*.

¹³ Esse estudo será feito na pesquisa sobre a revista *piauí* que está sendo realizada no Centro Universitário de Belo Horizonte – Uni-BH, no grupo coordenado pelas professoras Maria Cristina Leite Peixoto e Sheila Ferreira Lima, do qual faço parte: *Produtos comunicacionais contemporâneos e sistema de resposta social: a revista piauí*.

monografia de conclusão de curso. Sendo assim, tomei a liberdade de escapar relativamente das regras pré-estabelecidas para o texto monográfico e embarcar na proposta da *piauí*, contando um pouco da história de uma revista que, a meu ver é, acima de tudo, muito interessante!

REFERÊNCIAS

- BÁRBARA, Vanessa. Bom dia, meu nome é Sheila. *piauí*, Rio de Janeiro, out. 2006. Seção mundo do trabalho, p. 18-21.
- BARBOSA, Francisco Jaime Alves. Onze da noite é a hora dos solitários. *piauí*, Rio de Janeiro, set. 2007. Seção diário, p. 16-18.
- BARROCA, Cristina; LISBOA, Henrique. Um parafuso a mais na imprensa. *o ponto*, Belo Horizonte, jul/ago. 2007. Seção Mídia, p. 14-15.
- BARROS, Jório de. Ganhei a primeira cruz no meu bisturi. *piauí*, Rio de Janeiro, nov. 2006. Seção diário, p. 32-33.
- BORGES, Julio Daio. João Moreira Salles. *Digestivo Cultural*, 04 dez. 2006. Disponível em: <<http://www.digestivocultural.com/entrevistas/entrevista.asp?codigo=8>>. Acesso em: 09 ago. 2007.
- BRASIL, Antônio Cláudio. *Telejornalismo, Internet e guerrilha tecnológica*. Rio de Janeiro: Ciência Moderna Ltda, 2002.
- CALLIGARIS, Contardo. O Piauí é aqui. *Folha de S.Paulo*, São Paulo, 19 out. 2006. Caderno Ilustrada, p. E12.
- CARDOSO DE OLIVEIRA, Roberto. *O trabalho do antropólogo*. 2. ed. rev. São Paulo: UNESP, 2000.
- CARVALHO, Luiz Maklouf. Blitz!. *piauí*, Rio de Janeiro, mai. 2007. Seção cena policial, p. 39-41.
- _____. O Bagulho é doido, tá ligado?. *piauí*, Rio de Janeiro, jul. 2007. Seção turnê gangsta, p. 49-53.
- CORRÊA, Marcos Sá. *O Projeto Editorial da Revista Piauí*. Belo Horizonte. Centro Universitário de Belo Horizonte - Uni-BH, 09 mai. 2008. Esclarecimentos sobre o projeto editorial da revista piauí. Informação verbal.
- ESTALOS lítero-policiais. *piauí*, Rio de Janeiro, jun. 2007. Seção esquina, p. 9.
- FIORATTI, Gustavo. Repórter puxa carroça pelas ruas de SP durante 4 dias. *Folha Online*, São Paulo, 27 abr. 2008. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/cotidian/ff2704200821.htm>>. Acesso em: 27 abr. 2008.
- FRANÇA, Júnia Lessa; VASCONCELLOS, Ana Cristina de. *Manual para normalização de publicações técnico-científicas*. 8. ed. rev. e aum. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2007.
- GIANNETTI, Cecília. Hoje o bicho pega na boate. *piauí*, Rio de Janeiro, out. 2006. Seção diário, p. 27-29.
- KOVACH, Bill; ROSENSTIEL, Tom. *Os elementos do jornalismo: o que os jornalistas devem saber e o público exigir*. 2. ed. São Paulo: Geração Editorial, 2004.
- LIMA, Edvaldo Pereira. *O que é livro-reportagem*. São Paulo: Brasiliense, 1993.
- LINS, Virna Fabrini Lagoeiro. (ninaflins@yahoo.com.br). Éta povo bom de serviço sô!. [mensagem pessoal]. Mensagem recebida por <raquel@revistapiaui.com.br> em 28 mar. 2008. E-mail.
- MANUAL DA REDAÇÃO: Folha de S. Paulo. São Paulo: Publifolha, 2001.
- MARCONDES FILHO, Ciro. *O capital da notícia*. São Paulo: Ática, 1986.

MEYER, Philip. *Os jornais podem desaparecer? Como salvar o jornalismo na era da informação*. São Paulo: Contexto, 2007.

PRATA, Antonio. How do you do, Dutra?. *piauí*, Rio de Janeiro, nov. 2006. Seção viagem, p. 18-22.

RELATO de uma guerra. *piauí*, Rio de Janeiro, out. 2006. Seção esquina, p. 12.

RESENDE, Fernando Antônio. *Textuações: ficção e fato no novo jornalismo de Tom Wolfe*. São Paulo: Annablume, 2002.

RODRIGUES, Adriano Duarte. O acontecimento. In: TRAQUINA, Nelson (Org.). *Jornalismo: questões, teorias e "estórias"*. 2. ed. Lisboa: Vega, 1999. p. 27-33.

ROSSI, Clóvis. *O que é jornalismo*. 10. ed. São Paulo: Brasiliense, 2000.

SILVA, Angela Tavares da. A rotina de pontos em calcinhas. *piauí*, Rio de Janeiro, jun. 2007. Seção diário, p. 16-18.

SILVA, Marcílio Coelho Lisboa da; MELO, Narcisa Helena Pessoa Lanna de; SOUZA, Elerson Tarcísio. *Manual para elaboração e normalização de trabalhos acadêmicos conforme normas da ABNT*. 2. ed. Belo Horizonte: Uni-BH, 2007. Disponível em: <http://www.unibh.br/imgMarketing/pdf/Manual-de-Normalizacao-2008_2.ed.pdf>. Acesso em: 20 mai. 2008.

SILVA, Nilton da. 53 anos de sobe-e-desce. *piauí*, Rio de Janeiro, fev. 2007. Seção diário, p. 16-17.

THOMPSON, John B. *A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia*. 3. ed. Petrópolis: Vozes, 2001.

TOLEDO, Anna. Gatinha, você está editada!. *piauí*, Rio de Janeiro, jan. 2007. Seção diário, p. 20-23.

TRAQUINA, Nelson. As notícias. In: TRAQUINA, Nelson (Org.). *Jornalismo: questões, teorias e "estórias"*. 2. ed. Lisboa: Vega, 1999. p. 167-176.

VILAS BOAS, Sérgio. *O estilo magazine: o texto em revista*. São Paulo: Summus, 1996.

WOLFE, Tom. *Radical Chique e o Novo Jornalismo*. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.

ANEXOS

ANEXO A – Entrevista com João Moreira Salles

Virna,

Conforme eu suspeitava, a resposta do João demorou, mas não falhou.

Quando seu email chegou, estávamos em pleno processo de fechamento da edição de maio e, por isso, muito ocupados.

Aí vai.

Um abraço.

Raquel Freire Zangrandi

Revista Piauí

Rua do Russel 270, 4º. Andar

Glória – 22.211-110

Rio de Janeiro/ RJ – Brasil

Tel (5521) 3511-7400

Fax (5521) 3511-7430

raquel@revistapiaui.com.br

www.revistapiaui.com.br

De: Virna Fabrini Lagoeiro Lins [mailto:ninaflins@yahoo.com.br]

Enviada em: sexta-feira, 28 de março de 2008 16:24

Para: Raquel Zangrandi

Assunto: Re: RES: Êta povo bom de serviço sô!

Olá Raquel,

como vai? Lembra de mim? Lembra do meu e-mail abaixo? Pois é, estou na reta final do curso de jornalismo e quase finalizando a minha monografia sobre a Piauí. Portanto, gostaria de confirmar com vc: se a tiragem e a vendagem continuam as mesmas; se a revista circula em todo o país - ou apenas em alguns estados (quantos e quais seriam) ou regiões específicas (como, por exemplo, no sudeste) e, por último, se consigo fazer uma entrevista breve, muito breve, com o João Moreira Salles por e-mail. Afinal, não custa tentar. Vai que esse e-mail chega até ele, então já vou fazer as perguntas também, ok? Desde já agradeço imensamente a sua atenção. Sou fã incondicional de vcs! Parabéns pelo sucesso!

Perguntas:

1. Quanto há de João Moreira Salles DOCUMENTARISTA na querida Piauí? O QUE, de fato, a revista herdou desse seu olhar?

Há o fato de a piauí ser essencialmente uma revista de não-ficção. Continuo no mesmo terreno. Além disso, para mim, desde há muito o documentário deixou de ser o registro de algo que acontece na minha frente. Mais importante do que o tema, o

que me interessa é o modo como o tema é narrado. É a velha discussão entre forma e conteúdo. Não existe maneira interessante de transmitir o conteúdo sem uma reflexão sobre a forma. A piauí transfere essa mesma preocupação para os textos. Para nós, importa tanto o tema como a história desse tema. Não se trata de uma coisa minha. Ao contrário de um filme, uma revista é realmente -- e sem retórica -- algo que surge do esforço de todas as pessoas que dela participam.

2. Pensando no trabalho de um documentarista ou de um antropólogo, no qual se faz necessário 'grudar' na fonte, passar horas, dias com ela, de modo a valorizá-la ao máximo como sujeito e não como mero objeto de informação, é possível falar numa interface Piauí e antropologia, assim como a Piauí faz uso, no texto, de alguns elementos da literatura? Qual seria, então, a semelhança com o exercício antropológico?

Como não sou antropólogo, e não sou conhecedor dos métodos dessa disciplina, não saberia responder a essa pergunta. O que posso dizer é que informação interessa à piauí, mas não apenas informação -- ou, ainda, não apenas aquilo que é considerado informação pelos meios dedicados a hard-news. Nós queremos saber como é a sala do personagem, se ele tem livros na estante (e quais), como ele trata o garçom, e assim por diante. Queremos ser bons observadores, buscamos mais do que fatos.

3. Apesar de parecer uma pergunta óbvia, que elementos literários compõem o texto da Piauí? Até que ponto a revista pode ser comparada com literatura de não-ficção? A Piauí criou um estilo próprio? Qual seria?

Acho que a escrita é uma só: boa ou ruim. Não gosto do termo "jornalismo literário". Primeiro, por não saber exatamente do que se trata; depois, porque me parece sintoma de certo complexo de inferioridade. É como se o jornalismo não pudesse ser apenas jornalismo. Para ter alguma aspiração à permanência, toma emprestado a aura da literatura. Isso me parece uma bobagem. Mas fácil do que explicar qual o estilo piauí, é dizer o que ele *não* é: não temos regras, não impomos a necessidade de leads e subleads, queremos que a história seja interessante não só pelo tema, mas pela maneira como é narrada. Para nós, uma reportagem bem sucedida é aquela em que o leitor começa a ler algo que não o interessa e chega ao fim pelo simples prazer da leitura.

4. Uma das coisas que mais me encanta na revista são as histórias de personagens desconhecidos, cidadãos comuns que geralmente são excluídos da grande imprensa. Essa característica de não privilegiar apenas o depoimento da chamada fonte primária - muito utilizada no jornalismo tradicional -, cujo discurso é dotado de 'credibilidade', corresponde, a meu ver, a uma de muitas alternativas ao padrão norte-americano de jornalismo. Vc pode falar um pouco sobre como a Piauí rompe com esse padrão, e em que medida ela também o reproduz?

Personagens de documentários são muitas vezes esses mesmos anônimos aos quais você se refere. O cinema de Eduardo Coutinho, para citar um bom exemplo, é feito só deles. Tenho a impressão de que se pode encontrar exemplos semelhantes em várias áreas do conhecimento. Antigamente, História era a disciplina que falava

dos grandes homens. Aí surgiu o pessoal dos Anais, e de uma hora para outra a vida cotidiana passou a ter importância. No jornalismo, o homem comum entrou em cena pelas mãos de jornalistas como Truman Capote e Joseph Mitchell (provando, aliás, que o jornalismo americano é mais complexo do que se pensa). Para que o homem comum se torne personagem, é preciso que exista um determinado tipo de publicação que o acolha. Uma das características desse tipo de publicação é ela não depender somente da notícia quente. Acho que a Piauí cumpre um pouco esse papel. Somos uma revista de informação, mas não necessariamente de notícia. Ou, por outra: queremos, sim, a notícia, mas acreditamos que podemos ir buscá-la fora do burburinho do momento. O perfil do Fernando Henrique Cardoso acabou gerando notícia, mas, quando foi publicado, a vida dele fora do Brasil não estava na pauta da imprensa. A mesma coisa aconteceu com o José Dirceu. O que não podemos fazer, seja por incapacidade logística e material, seja porque somos uma revista mensal, ou porque seria redundante, é ir atrás de casos como o dessa menina assassinada em SP. Podemos chegar antes (matéria do petróleo na edição de abril) ou depois (FHC e Dirceu), mas nunca junto.

Cordialmente,

Virna Fabrini

Vida longa à revista Piauí!