



Jornalismo Literário no Brasil: uma análise dos perfis da “Revista Piauí”¹

Leonardo Lucena TREVAS²

Universidade Católica de Pernambuco, Recife, PE

RESUMO

O presente trabalho lida com a área temática de Comunicação Social, mais especificamente com o Jornalismo Literário. O objeto de estudo é a “Revista Piauí”, fundada em 2006. Os objetivos foram encontrar, no periódico, características do Jornalismo Literário, originalmente vinculadas à estética do Realismo Literário. Foram estudados quatro matérias do gênero perfil, em três números da “Piauí” e no livro “Vultos da República”, coletânea de matérias publicadas no periódico.

PALAVRAS-CHAVE: jornalismo literário; realismo; revista piauí; perfil.

TEXTO DO TRABALHO

Lançada em agosto de 2006, a “Piauí” é uma revista nacional de não-ficção e Jornalismo Literário, idealizada pelo documentarista e jornalista João Moreira Salles. Com uma tiragem de cerca de 60 mil exemplares – 10 mil deles destinados a assinantes –, o periódico tem um público alvo variado e plural. Algumas características dos leitores: alta escolaridade; interesse por literatura e assuntos correntes; gosto por ler. Apesar de podermos encontrar no texto da revista qualidade jornalístico-literárias, o fundador João Moreira Salles considera que “Jornalismo Literário é um nome pomposo que quer se aproximar da eternidade da Literatura. Tem a pretensão de ser algo maior que eu não acho maior. O que a 'Piauí' faz é contar bem uma história.” Moreira Salles afirma ter tido a influência de “*New Yorker*”, “*Veja*”, “*Realidade*” e de “*O Pasquim*”, mas evita imitá-los. Esse desprezo por rótulos é uma das características que revelam a suposta despretensão da revista. Ela tem uma natureza aleatória: possui apenas algumas seções fixas (“*Esquina*”, textos curtos não-assinados, mais leves; cartuns; “*Chegada*” e

¹Trabalho apresentado na Divisão Temática Jornalismo, da Intercom Júnior – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

² Recém graduado no Curso de Jornalismo da UNICAP, e-mail: ltrevas@gmail.com



“Despedida”, geralmente texto e/ou foto que servem de introdução e conclusão e, mais recentemente, o “Diário da Dilma”, sátira à presidenta escrita por um *ghost writer*), um *staff* de reportagem reduzido, favorecendo as colaborações que mudam a cada número, e até mesmo a capa, ilustração que às vezes sequer tem a ver com a edição. Tal organização – além de ressaltar um lado humorístico deveras *nonsense* da revista – aparenta ser dessa maneira para ajustar a revista às matérias que serão publicadas na edição. Na “Piauí”, acima do veículo ou do autor, o foco é a matéria. Os temas são completamente gerais: de literatura francesa a política nacional, passando por cenas da vida cotidiana e perfis de celebridades. Os colaboradores também são diversos. Há jornalistas (João Moreira Salles, Roberto Pompeu de Toledo), atores (Fernanda Torres), economistas (Persio Arida), cineastas (Eduardo Escorel), cartunistas (Wolinski), incluindo também pessoas “leigas”, que escrevem relatos, como um operário de plataforma de petróleo ou um músico de orquestra sinfônica. No começo, havia uma caráter aleatório na escolha das matérias, mas em números recentes vê-se um foco maior nos acontecimentos contemporâneos, na reportagem social e na política. Em 2010, à época da eleição presidencial que elegeu Dilma Roussef, a editora Companhia das Letras publicou, dentro da coleção “Jornalismo Literário”, o livro “Vultos da República”, uma coletânea dos melhores perfis políticos já publicados na “Piauí”. Entre os perfilados, Fernando Henrique Cardoso, José Serra, Dilma Roussef, Marina Silva, José Dirceu. O perfil é um dos gêneros jornalísticos mais publicados na revista: desde as pequenas narrativas da seção “Esquina”, até outras matérias de grande tamanho. Mas há também espaço para ensaios, memórias, reportagens, contos de ficção, cartas, entre outros. Não há editorial. Há uma página de “Colaboradores” que apresenta os convidados que publicaram na edição.

O aspecto gráfico da “Piauí” chama a atenção. O formato grande, de 26,5 centímetros de largura por 34,8 centímetros de altura, de capa minimalista e por vezes colorida, possui como suporte físico o papel pólen bold e soft, de alta gramatura, fabricado pela Companhia Suzano. Possui 88 páginas, com apenas 13 de anúncios de página inteira (edição 56, maio/2011). Por dentro, o *grid* de 4 colunas preenche cada lauda com textos massivos, de uma fonte relativamente pequena. Para descansar a vista do leitor, um cartunista convidado fornece desenhos ou *comics* que ilustram a edição inteira – não tendo relação com o texto da página em que aparecem. A editora responsável é a Alvinegra, do Rio de Janeiro, cabendo a impressão e as assinaturas à



Editora Abril. À época em que foi escrito o nosso trabalho (maio de 2011), o diretor responsável era Mário Sergio Conti. O preço de capa é de R\$ 12.

Neste artigo, analisaremos três matérias publicadas na revista “Piauí”, nas edições nº 54, 55 e 56 (março, abril e maio de 2011, respectivamente) e outra publicada no livro “Vultos da República”, de 2010. Com isso, pretendemos analisar a influência do Realismo e do Jornalismo Literário nos conteúdos da “Revista Piauí” e do “Vultos da República”.

I – Análise de perfil: “O Andarilho: Fernando Henrique Cardoso”

O perfil, publicado no livro “Vultos da República”³, apareceu originalmente na edição número onze, de agosto de 2007. Narra a experiência vivida pelo repórter João Moreira Salles durante alguns dias de convivência com o ex-presidente da República Fernando Henrique Cardoso. Moreira Salles segue FHC pelos estados de Rhode Island, Arkansas, Carolina do Norte, até a cidade de Madri, na Espanha. Nesse espaço de tempo, vemos Fernando Henrique terminar sua temporada de professor da Universidade de Brown, nos EUA, dar palestras pelo país, enfrentar atrasos e perdas de conexões aéreas, reclamar da péssima comida norte-americana, lembrar os tempos de presidência, dar sua opinião sobre o futuro do país, falar da vida acadêmica, desprezar o rótulo de “neoliberal”, enunciar sutilmente seus próprios preconceitos, aconselhar alunos, procurar por Bill Clinton, reunir-se com ex-chefes de estado e, finalmente, jantar com a família.

A estória é contada através de uma narrativa cena-a-cena. A cronologia é normal, começando com o ex-presidente em seu escritório da Universidade, e terminando num restaurante em Madri. O lead, descritivo, mostra FHC usando o computador de sua sala, tendo dificuldades com a remarcação da passagem para Little Rock – o próximo destino da matéria. Esse mesmo recurso narrativo da progressão lógica de cenas é utilizado por Gay Talese, no seu perfil “Frank Sinatra Está Resfriado”. O estilo de Moreira Salles é descritivo, não se preocupando tanto com pormenores, e mais com o discurso de FHC – o seu maior trunfo é a descrição da personalidade do

³(WERNECK [org.], 2010, p.07-35)

perfilado, através da interpretação das falas. Um exemplo é visto quando o autor compara a maneira de Fernando Henrique de iniciar uma conversa, à táticas do xadrez:

“Qual é a tua área?”, pergunta a Daniel Ferrante. “Física teórica, partículas elementares, altas energias...” “Mas isso está muito fora de moda!”, interrompe-o o ex-presidente: “Houve um avanço tremendo no campo da física de partículas, mas faz tempo”. Imediatamente dá meia-volta: “Eu não entendo de física, mas fui vizinho do Mario Schenberg”. Se a conversa fosse um jogo de xadrez, esse primeiro lance levaria o nome de *abertura FHC*: primeiro movimento, impressionar o interlocutor; segundo movimento, desarmar-se em seguida, quando a primeira impressão já está sedimentada. (WERNECK [org.], 2010, p.12)

Ao longo da matéria, Moreira Salles vai identificar ainda as *aberturas FHC II e III*, o que confere um tom cômico à interpretação psicológica. Há aqui ecos de Flaubert, e à sua “imersão” no personagem. Mesmo que Moreira Salles não tenha a pretensão de realizar um “estudo clínico” de Fernando Henrique Cardoso, fica evidente o recurso da descrição de maneirismos e sua interpretação como maneira de enriquecer a imagem representada do perfilado. Em outro momento da matéria, no aeroporto de Chicago, vemos um lado menos elegante do ex-presidente:

Na fila da segurança, tira os sapatos, põe o casaco na bandeja, os sapatos, a pasta. “Não, não tenho laptop”, responde ao agente. Passa pelo detector de metais, recupera os sapatos, senta-se para calçá-los. Não há porte presidencial que resista. “Eu podia pedir o acompanhamento do Secret Service” – privilégio pessoal, não necessariamente extensivo a todos os ex-chefes de estado –, “o que evita essas filas, isso de tirar o sapato, mas aí os americanos sabem que estou aqui e vira uma chatice. Sou obrigado a ir a recepção, jantar. Prefiro sozinho. (WERNECK [org.], 2010, p.12)

Ainda em outro momento, ficam expostos, sutilmente, alguns preconceitos. Vendo da janela do avião a cidade de Little Rock, FHC afirma que “parece o Mato Grosso...”, com um muxoxo. Não pareceu elogio⁴; e também: “Sou cartesiano com um pouco de candomblé. Porque, no Brasil, sendo só cartesiano não se vai longe. Já o Lula é o Macunaíma, o brasileiro sem caráter, que se acomoda.”⁵

⁴(WERNECK (org.), 2010, p.20)

⁵(WERNECK (org.), 2010, p.28)



Finalmente, é interessante notar como os recursos narrativos empregados no perfil ajudam a enriquecer a imagem do seu objeto. João Moreira Salles, através da sua observação do discurso mostra o lado humano, político, e acadêmico do personagem Fernando Henrique Cardoso. Um perfil que se preocupa menos com o passado do personagem, e mais com o que ele faz nos anos de aposentadoria do poder.

II – Análise do perfil: “Baráquio Bama vale nota 10”

O perfil, da repórter Paula Scarpin, publicado na “Piauí” nº 56 (maio/2011) lida com o problema da analfabetização. O personagem é Antonio Bomfim Ferreira, emigrante do Ceará para o Rio de Janeiro que nunca pôs os pés em uma escola quando criança e, mesmo assim, conseguiu o emprego de chefe de cozinha – com o qual sustenta mulher e duas filhas numa casa localizada na favela do Complexo do Alemão, dominada pelo Comando Vermelho. A matéria começa com o acompanhamento da vida de Antonio, que relembra sua vida, até descobriremos que ele está há sete anos matriculado em um curso de alfabetização de adultos. A partir daí, o foco muda para a situação do ensino no país, e a dificuldade em fazer com que as pessoas, que já passaram da infância, aprendam a ler e escrever. A repórter levanta o histórico dos programas de alfabetização do Brasil, mostrando como a experiência vanguardista de Paulo Freire foi encerrada pela Ditadura Militar, que depois instituiu o Mobral – programa deficiente que tenta adaptar, para os adultos, métodos de ensino de crianças. Em uma cena, a professora do cursinho que Antonio frequenta tenta fazer a classe juntar sílabas simples:

- Vou ajudar, hein: L com A ... G com Ó...
 - GÓ... Bigode? - arriscou Antônio Bonfim, como se tratasse de um exercício de adivinhação.
 - Não, Antônio! L com A é “LÁ”, G com o Ó é “GO”, “LA-GO”.
- Sempre que tenta ler uma palavra do quadro, Bonfim parece esquecer a sílaba anterior assim que parte para a próxima. Quando vê a palavra “boneca”, ele lê alto: “B com Ó, BÓ. N com É, NÉ. C com A, CÁ... é ' casa'?” (SCARPIN, Paula. *Baráquio Bama Vale Nota 10*. Revista Piauí. RJ, nº 56, p.35, maio/2011)



A cena é interessante por mostrar o diálogo de maneira natural, sem edições. Isso ressalta a coloquialidade da fala do homem comum. Também é possível notar, na inocência – e até mesmo infantilidade – do personagem Antônio, uma representação brutal da ignorância a que se sujeita o indivíduo analfabeto. O uso de travessão, no lugar de aspas, também confere um aspecto literário ao diálogo – de maneira similar à que fazia o repórter Joel Silveira.

É importante notar que, enquanto mostra a alienação intelectual do perfilado, Scarpin procura também salientar as outras facetas do chefe de cozinha: a de faz-tudo em mecânica e elétrica, o cozinheiro de mão cheia em festas e churrascos na laje, o provedor do lar que comprou uma televisão, em parcelas, para a família.

Scarpin procura fazer, em seu texto, o mesmo que Balzac em seus romances: dar uma dimensão sociológica ao tema da matéria, procurando causas e consequências do analfabetismo no Brasil. Também recorre à figura da metonímia, fazendo de um membro analfabeto da classe trabalhadora um representante dos que estão na mesma condição. A predileção pelo proletariado como objeto jornalístico – para a análise crítica de uma situação – está aqui presente da mesma maneira que em “Na Pior Em Paris e Londres” ou “O Caminho de Wigan Pier” do escritor George Orwell.

O final do perfil tem um tom otimista: mostra Antônio, que nunca tinha ido ao cinema, assistindo com a família à animação em 3D “Rio”, no primeiro telão do Complexo. É a classe trabalhadora, cujo poder de consumo aumentou, tendo acesso ao entretenimento de massa. “Não achei muito legal, não. É muito barulhento, e esses óculos são apertados. Mas talvez eu volte quando tiver um filme de luta.”⁶

III – Análise do ensaio-perfil: “A Volta da Madrinha”

O cineasta Eduardo Escorel fez desse texto (“Piauí” nº 55, abril/2011) um misto de perfil e ensaio, ao narrar o programa de boas-vindas e retorno aos palcos da apresentadora Hebe Camargo. Como perfil, aproxima-se da experiência de Gay Talese, ao escrever sobre Sinatra sem entrevistá-lo – o texto se baseia na descrição do programa de tevê, na pesquisa histórico-bibliográfica e, certamente, no conhecimento prévio do autor sobre a apresentadora. Como ensaio, corre a verve subjetiva de Escorel, que

⁶ (SCARPIN, Paula. *Baráquio Bama Vale Nota 10*. Revista Piauí. RJ, nº 56, p.37, maio/2011)



demonstra um posicionamento pessoal para com o fato. Dessa maneira, o texto foge à simples resenha televisiva.

O texto é, sobretudo, uma crítica. Ao oportunismo político de Hebe, à sua promiscuidade com o poder, à sua postura de eterna jovem, à estética *kitsch*. O programa era a estreia da apresentadora no canal Rede TV!, e seu retorno aos palcos após passar por um tratamento de câncer. Entre os convidados, Dilma Rousseff, Geraldo Alckmin e José Serra (claramente constrangidos), e um holograma (!) do escritor Paulo Coelho. O seguinte trecho elucida bem a bizarrice do acontecimento:

Ao elogiar a beleza e simplicidade do Palácio da Alvorada, Dilma fez crítica certa, ainda que involuntária, ao programa de estreia de Hebe – postiço e exagerado. A inclusão de segmentos gravados em Las Vegas promovendo empresa de tevê por assinatura, com direito a um cover de Elvis Presley e um Roberto Carlos fictício, comprova a overdose. Nem Glauber Rocha, em seu momento de maior inspiração pré-tropicalista, poderia imaginar um elenco tão eclético de políticos, empresários, artistas e figurantes. (SCOREL, Eduardo. *A Volta da Madrinha*. Revista Piauí, SP, nº 55, p.71, abril/2011)

No plano da crítica, Escorel evoca a mitologia clássica para tratar da eterna juventude, almejada por Hebe na sua subsistência na televisão há quase cinquenta anos. Sobre a volta do programa: “convém esperar para ver se estamos testemunhando mais um revival ou uma despedida melancólica”.⁷ O autor levanta uma questão: a “modernização conservadora” da televisão não teria eliminado aspectos arcaicos da sociedade brasileira, presentes desde a época em que Hebe era de fato jovem. A existência do público-alvo do programa – donas-de-casa de classe média⁸ –, comprovaria a persistência dos valores burgueses de sucesso, glamour, estrelato na televisão brasileira. Hebe surgiria, em 1965, como a dona-de-casa exemplar, e levaria até as últimas consequências a propagação desse estereótipo.

O cineasta Escorel põe em foco também a promiscuidade entre o público e o privado, que se encontram no programa de Hebe – como uma orgia *kitsch*. O autor resgata uma entrevista da apresentadora à revista “Realidade”, em 1969, no qual ela apresenta um diploma que expunha sua colaboração com a Ditadura, na “divulgação do

⁷ (SCOREL, Eduardo. *A Volta da Madrinha*. Revista Piauí, RJ, nº 55, p.71, abril/2011)

⁸ Idem.



primeiro aniversário do governo do presidente Costa e Silva”⁹. E a lista não para: Hebe já foi malufista, apoiou Alckmin, Serra, e agora Dilma. E a todos trata da mesma maneira. O que importa é estar perto do poder e ter dele o apoio necessário ao sucesso midiático. Além do fator político, há o comercial: o programa revela uma sucessão de *merchandising* – fabricantes de leite condensado, móveis, tintura para cabelo, banco de empréstimos.

Mais uma curiosidade bizarra: o escritor Paulo Coelho, que não é lá muito fã de sair de sua amada França, dá entrevista à apresentadora, aparecendo sob a forma de holograma tridimensional. Escorel vê no vazio da projeção translúcida uma “metáfora para o que Paulo Coelho tem a dizer”¹⁰. A tecnologia torna-se uma ferramenta não de transformação, mas de emburrecimento da humanidade.

No tocante à forma, encontra-se no *lead* um recurso literário da Antiguidade Clássica, o *in media res*¹¹. O parágrafo de abertura do texto descreve o que seria o clímax do acontecimento, invertendo a ordem lógica de cronologia:

Beijo técnico de tirar o fôlego, seguido de sonoro palavrão. Foi assim que Hebe Camargo concluiu a primeira entrevista do seu programa de estreia na Rede TV!, depois de ter passado por cima das mesas circulares em que convidados vestidos a rigor – mulheres de vestido longo, homens de smoking – riam e aplaudiam à meia-luz. Em destaque, o governador de São Paulo, Geraldo Alckmin, acompanhado da esposa, e José Serra. (ESCOREL, Eduardo. *A Volta da Madrinha*. Revista Piauí, RJ, nº 55, p.71, abril/2011)

Assim, é possível identificar marcas do Realismo Crítico e dos escritores da primeira fase do Realismo: a crítica à burguesia, seus valores, *mores*, costumes, etc. Em relação à linguagem, podem-se ver ecos de Hunter S. Thompson e Tom Wolfe, em relação ao desdém com que tratavam o mundo burguês de sua época.

IV – Análise do perfil “*The Voices*”

⁹ Ibidem.

¹⁰ Ibidem.

¹¹ O *in media res*, ou “no meio da coisa” é uma técnica narrativa donde se escolhe abrir o texto com uma cena que, cronologicamente, pertenceria ao clímax do *plot*, dando dinamismo à prosa.

Aqui temos um pequeno perfil, cujo personagem é o dublador Ricardo Schnetzer. Publicada na seção “Esquina” (na qual não são revelados os nomes dos autores), na edição nº 54 de março/2011, a matéria tem um tom pitoresco, focando-se em um personagem de veras pícaro. O dublador é responsável pelas “vozes” de diversos atores hollywoodianos, como Al Pacino, Richard Gere e Tom Cruise. O repórter acompanha o profissional enquanto trabalha nos estúdios de dublagem, revelando idiossincrasias da sua atuação, as adaptações malfeitas de textos em inglês, e até algumas anedotas. O *lead* da matéria abre com a cena de um filme de ficção sendo dublado:

Pressionado de lado, o chefe dos detetives deu um anel direto para o coronel, na expectativa de que este lhe adiantasse o que fosse sobre os dois cadáveres recém-desovados no tristemente famoso Vale do Silicône. Teve sorte:

– Sim, já sabemos o principal – informou-lhe o coronel, com a satisfação de quem vive de matar charadas. – Ambos morreram de encontros ruins.

– Tem certeza? É a mesma *causa mortis* do macaquinho do Indiana Jones!

(*The Voices*. Revista Piauí, RJ, nº 54, p.9, março/2011)

O trunfo humorístico se desenrola enquanto o leitor passa os olhos por este outro parágrafo, revelador:

[...] na cena fictícia que abriu esta esquina, o detetive deveria ter dado um telefonema (*give a ring*) direto para o legista (*coroner*), o qual lhe teria dito, a propósito dos cadáveres do Vale do Silício, que a morte havia sido provocada pela ingestão de uma tâmara (*date*) envenenada, e não por algum encontro ruim (*bad date*) sabe-se lá com quem. (A versão brasileira simplesmente mentiu sobre o fim do macaquinhos em *Indiana Jones e os Caçadores da Arca Perdida*.) (*The Voices*. Revista Piauí, RJ, nº 54, p.9, março/2011)

Ocorre, então, uma sucessão de fatos curiosos, com a descrição do trabalho de um dublador à mercê das péssimas traduções, horas de trabalho mal pagas, e falta de



reconhecimento popular. A descrição do personagem é bem delineada: “Em seguida, joga para trás a franja *à lá* Pacino, pigarreia forte, bebe um gole d’água de um copo descartável, rabisca a folha do script e repete à plenos pulmões: 'Clark, me dê uma ajuda aqui!'”

A força do texto está, talvez, no caráter anedotário que carrega. Grande sorte de um repórter encontrar um personagem que, por si só, seja engraçado. Schnetzer conta como uma mulher, fingindo querer contratar-lhe, fazia-o falar horas ao telefone somente para que se excitasse com a “voz de Richard Gere”.

O pequeno perfil tem uma estrutura próxima ao conto: a narrativa tem um começo, um desenrolar com contratempos, e um clímax, que se solidifica no encontro do dublador com o próprio Tom Cruise, em uma *première* do filme “Encontro Explosivo”.

– Tom, *i am your voice in Brazil!*

Não sendo surdo, Cruise entende o apelo e vira-se para cumprimentar o cara. Protocolarmente simpático, faz a piadinha sobre estar ali inteiro, em carne e osso, diante da sua própria voz, e segue adiante. Corta. A cena, protagonizada pelos dois atores durou pouquíssimos segundos, mas Schnetzer não se mordeu com essa brevidade. Até por dever de ofício, ele sabe que às vezes a vida fica muito aquém da imaginação. (*The Voices*. Revista Piauí, RJ, nº 54, p.9, março/2011)

O uso de referências cinematográficas só faz ressaltar o caráter pseudo-ficcional de farsa. “*The Voices*” pode ser, talvez, um exemplo de metalinguagem e interdisciplinaridade – onde se confundem Jornalismo, Literatura e Cinema.

V – Conclusão

A partir do exposto, podemos tirar algumas conclusões lógicas. A “Revista Piauí” apresenta muitas das características do Jornalismo Literário, por sua vez emprestadas do Realismo na Literatura. No campo da linguagem dos perfis estudados, vemos o uso da descrição dos pormenores, com o intuito de revelar a personalidade dos entrevistados, no ambiente em que eles estão inseridos; a narrativa cena a cena, que dá



uma qualidade episódica à matéria; o uso de recursos da Literatura Clássica, como o *in media res*, no lead e os diálogos apresentados em sua forma original, ressaltando idiossincrasias dos personagens. No campo temático, vê-se a predileção do Realismo Crítico na escolha de personagens oprimidos, da classe trabalhadora; também há a crítica aos valores burgueses. Por um outro lado, há também a predileção por celebridades. Procura-se fazer uma interpretação psicológica (no caso de João Moreira Salles), e também uma interpretação sociológica (no caso de Paula Scarpin). Há diferentes graus de subjetividade: desde o ensaio, onde o cineasta Escorel deixa clara a sua opinião sobre a apresentadora Hebe Camargo; até o perfil de Fernando Henrique Cardoso – mais sutil –, em que o repórter Moreira Salles deixa o personagem aparecer mais na matéria do que a própria opinião pessoal. Há a presença do humor, no perfil anônimo do dublador – um recurso utilizado fartamente por Wolfe e Thompson. Assim, percebemos diferentes marcas textuais do Jornalismo Literário nesse jovem periódico, que talvez possa ser considerado, no Brasil contemporâneo, como um verdadeiro sucessor do que representam o Realismo, o Jornalismo Literário, e o Novo Jornalismo.

A análise realizada leva-nos a entender que a “Piauí” talvez seja um dos últimos bastiões de defesa do Jornalismo Literário no Brasil. Vivemos tempos em que o Jornalismo Autoral vai desaparecendo. O estilo pessoal, e muitas vezes a profundidade na apuração e redação da matéria, são deixados de lado, em favor de um Jornalismo superficial, rápido, de consumo imediato, que não se preocupa com as consequências do fato e, principalmente, medíocre. Um Jornalismo de Empresa, que procura passar a impressão de que todas as matérias do veículo são produzidas por um único “robô-repórter”, programado para redigir de acordo com o manual de estilo do jornal ou periódico. É a predominância das notícias-pílula, onde todos os envolvidos têm algo a perder. O leitor-consumidor, é o mais prejudicado: vê-se bombardeado por uma massa de informações, curtas e superficiais, as quais, de acordo com a mentalidade do Jornal, ele mesmo teria a capacidade de interpretar e digerir por si próprio – não necessitando da opinião do jornalista; o veículo, já atingido pela crise que permeia o Jornalismo há pelo menos uma década, terá medo de errar e sofrer prejuízo, somente então investindo naquilo que tem fácil retorno – mas que não ajuda a construir uma imagem ou um estilo próprio ao jornal ou periódico –, terminando igual, em todos os sentidos, à concorrência. Um cenário em que a mediocridade tende a se replicar e reproduzir, donde a bruta massificação força o repórter a não se desenvolver como escritor-jornalista. Não há tempo: ele chega à redação cansado, tendo que digitar a matéria o



mais rapidamente possível, sabendo que muito provavelmente seu editor não irá revisá-la. Não há espaço: como poderia o repórter exercitar uma riqueza formal e uma atitude crítica, se ele não tem mais do que alguns centímetros para escrever? É perfeitamente normal abrir um jornal e ver um anúncio de liquidação de lavadoras de roupa ocupar 75% ou mais do espaço que serviria a uma ótima matéria.

Uma das soluções? A internet – grande e nova invenção humana, que a tudo ressignifica, com velocidade de fibra ótica. Espaço livre, recursos estéticos maravilhosos, grande quantidade de acessos. Mas vai demorar algum tempo até que aqueles que são responsáveis pelos portais jornalísticos percebam que o público não quer apenas as notícias-pílula: ele quer aquilo que talvez tenha sempre exigido – matérias aprofundadas, bem escritas, com rigor factual e teor crítico.

É importante ressaltar que o presente artigo científico não pretendeu esgotar a compreensão sobre um tema tão relevante quanto complexo, diverso e múltiplo – que é a presença do Jornalismo Literário nos produtos jornalísticos brasileiros. Por isso mesmo, consideramos importante que outros pesquisadores da área de Comunicação Social deem continuidade ao esforço de pesquisa por nós iniciado. Assim sendo, poderemos ampliar as lacunas aqui deixadas, e contruir abordagens crítico-reflexivas sobre o pensar-fazer de nossa profissão, na chamada “Era da Informação”.

Nas palavras de João Moreira Salles, documentarista e fundador da “Piauí”: “a forma, que é uma preocupação cada vez maior para mim no documentário, é também uma preocupação da revista em relação aos textos que são escritos. Não interessa só a estória, interessa a maneira como a estória é contada.”

REFERÊNCIAS

Livro:

ATAÍDE, Vicente de Paula. **A Narrativa de Ficção**. 2ª edição. São Paulo: McGraw-Hill do Brasil, 1973.

D'ONOFRIO, Salvatore. **Literatura Ocidental: autores e obras fundamentais**. 2ª edição, São Paulo: Editora Ática, 1990.

HAUSER, Arnold. **História Social da Literatura e da Arte**. 2ª Edição, São Paulo: Editora Mestre Jou, 1972.

PENA, Felipe. **Jornalismo Literário**. 1ª Edição. São Paulo: Editora Contexto, 2008.



WEINGARTEN, Marc. **A Turma Que Não Escrevia Direito**. Rio de Janeiro: Editora Record, 2010.

WERNECK, Humberto (org.). **Vultos da República: os melhores perfis políticos da Revista Piauí**. São Paulo: Companhia das Letras, 2010.

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

Artigos de periódicos:

ESCOREL, Eduardo. A Volta da Madrinha. **Revista Piauí**, RJ, nº 55, p.71, abril/2011

SCARPIN, Paula. Baráquio Bama Vale Nota 10. **Revista Piauí**. RJ, nº 56, p.35, maio/2011

The Voices. **Revista Piauí**, RJ, nº 54, p.9, março/2011

Internet:

[Entrevista com João Moreira Salles, em palestra na UFRJ. Disponível em: <http://www.webtv.ufrj.br/?option=com_content&task=view&id=67&Itemid=98>](http://www.webtv.ufrj.br/?option=com_content&task=view&id=67&Itemid=98)
(acesso em 26/05/2011)

[Revista Piauí. <http://www.revistapiaui.com.br>](http://www.revistapiaui.com.br) (acesso em 26/05/2011)