



***piuí*: Referência de qualidade na era do jornalismo online**

Gabrielle Carolina Silva¹

Natália Santana Faria²

Universidade Federal de Uberlândia, MG

RESUMO

Buscamos refletir sobre aspectos estéticos e textuais da revista *piuí*, entendendo o veículo como referência para a produção jornalística no que diz respeito à qualidade de apuração do conteúdo. O presente trabalho aponta o jornalismo na internet como alvo de exigências referentes à qualidade da informação. Na web, só existem leitores que apreciam notícias curtas? E a internet, com todas as possibilidades que oferece, não é capaz de colaborar para a credibilidade da profissão? Os apontamentos e questionamentos discutidos propõem, assim, além de uma retomada da apuração cuidadosa na produção de conteúdo informativo, um tratamento mais detalhado e aprofundado do mesmo, com vistas à mudança de hábitos no consumo da informação.

PALAVRAS-CHAVE: Jornalismo literário; apuração; jornalismo na web.

A apropriação da realidade pelas subjetividades

Para compreender a audaciosa proposta da revista *piuí* e o contexto em que ela se insere é válido lembrar o que significou a experiência de um veículo semelhante na segunda metade do século XX. Na história da imprensa no Brasil foi o jornal que abriu espaço a uma narrativa com as características do hoje conhecido como jornalismo literário. Coube a uma revista, no entanto, a experiência mais emblemática do gênero (NECCHI, 2009). Em 1966, surgiu a revista Realidade, que perseguida pela ditadura militar deixou de circular em 1976 e que, assim como a *piuí*, produzia reportagens que combinavam o rigor jornalístico na apuração dos fatos com uma escrita que se aproximava da literatura. De acordo com Tavares,

¹ Estudante de Graduação 5º semestre do Curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo da UFU-, email: gabriellearollina@hotmail.com

² Estudante de Graduação 5º semestre do Curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo da UFU-, email: nati_sfaria@hotmail.com



os textos de Realidade são construções literárias, carregadas de impressionismo, onde o repórter anda, sente, cheira, sente dor. É um texto quase cinematográfico, que vai descortinando as personagens, trazendo-as às retinas do leitor. Uma narrativa que rompe com a maneira convencional de fazer jornalismo, introduzindo elementos ficcionais e de verossimilhança. (TAVARES, 2000, p. 137)

Mas em que contexto e de que forma a *piauí* sugere esta irreverência? Estabelecida na pós-modernidade, o design gráfico do veículo pode ser também situado nos paradigmas da contemporaneidade no que se refere à realidade em que se insere e não à adoção, em sua constituição, de todas as características comuns a este período. Isso quer dizer que, visualmente, a *piauí* representa a flexibilidade, transitoriedade e a fragmentação em relação a outros veículos que, por sua vez, assumem todos estes adjetivos em sua composição, não devendo, desta forma, ser contemplada pelo estereótipo visual da sociedade pós-industrial.

De acordo com Kopp (2002) “o pós-moderno é eclético, redescobre elementos do passado, inclui o ruído, privilegia a atitude em detrimento da informação, é mais caótico e menos ordenado” (KOPP, 2002, p. 106). Para o autor, as produções pós-modernas estão situadas em uma realidade da indústria, tecnologia, arte, cultura e consumo, e são reflexos do cotidiano social.

Desta forma, seria válido situar a *piauí* nestes padrões? Acreditamos que se para encaixar-se nas definições do pós-moderno é necessário ser plural, sincrético e mestiço, a *piauí* faz sim o seu resgate à outras épocas e o marca com um estilo que só é seu, mesmo ao abandonar as referidas características que deveriam contextualizá-la. Sendo assim, será comum neste trabalho esta frequente descontextualização, já que nos referimos a uma revista que difere das produções de sua época em termos de conteúdo, estilo de escrita e visual.

Histórias com começo, meio e fim

Ao analisar a mídia impressa no Brasil, a adoção do jornalismo literário não predomina nas práticas de reportagem. O tradicionalismo das pirâmides invertidas, na lógica da objetividade do modelo norte-americano (NECCHI, 2009), vigora ainda hoje na produção de conteúdo informativo.



A revista *piauí*, ao adotar as técnicas típicas das construções literárias para informar fatos, busca provocar no leitor sensações que despertem seu interesse, a partir do próprio desencadear narrativo de suas grandes reportagens.

As visões de realidade descritas nos textos da *piauí* são únicas e não seguem a lógica padronizada dos veículos informativos, no intuito de seduzir o leitor. Valorizam-se as subjetividades do autor, que se apropria da realidade se distancia da busca incessante de impessoalidade na produção dos textos jornalísticos. Não existem amarras criativas na escrita da *piauí*, o leitor pode enxergar o autor do texto, onde ambos se tornam participantes de uma história, agora, humanizada. De acordo com Necchi,

a *piauí*, revista pretenciosa, anunciada em agosto de 2006 durante a Festa Literária Internacional de Parati (Flip) [...] Não se trata de uma revista de cultura ou opinião, mas de reportagens, com textos que vazam pela página e seguem na folha seguinte. A primazia é da palavra e de boas histórias. (NECCHI, 2009, p. 101)

Partindo sempre de fatos concretos, trata-se de um irreverente veículo jornalístico disposto a corromper os padrões de disseminação da informação. Não sistematiza as pautas a serem abordadas, compondo um caderno de leitura com reportagens completas e nada mal humoradas. Na *piauí* a prioridade é a palavra, trazendo também ao seu público leitor específico uma ambição estética para atraí-lo para a leitura.

De acordo com sua apresentação, feita na Festa Literária de Parati, “ela dará importância ao que, por ignorado, é tido como insignificante. Tratará de achar novidades no que, por esquecido, parece velho ou ultrapassado. (PIAUI *apud* NECCHI, 2006, p. 102). A *piauí* retoma a idéia de que contar boas histórias é fundamental para o jornalismo.

Na revista, a atenção aos detalhes é extrema e a apuração cuidadosa dos fatos. Os textos longos são dotados de miudezas que só um autor atento, agora participante da história, pode identificar. Esta sensibilidade dá às suas narrativas de escrita jornalística literária *status* de leveza, garantida pelo espaço para a elaboração mais precisa e pelo resgate a elementos visuais das revistas da segunda metade do século XX. Para Necchi, ao usufruir dos recursos literários, a escrita jornalística ganha aspectos de

profunda observação, imersão na história a ser contada, fatura de detalhes e descrições, texto com traços autorais, reprodução de diálogos e uso de metáforas, digressões e fluxo de consciência – a

gama de recursos é ampla para que a realidade seja expressa de maneira elaborada e sob os mais variados aspectos. (NECCHI, 2009, p. 103)

A argumentatividade e a interpretatividade da *piauí* podem ser identificadas em todos os elementos de sua composição. A temática, o estilo de sua escrita, a escolha das poucas imagens que ilustram suas páginas, e principalmente dos títulos, intertítulos e chamadas de capa apontam para um cuidado especial dos autores e editores.

Com um formato maior do que o das revistas de seu tempo, o espaço para a criatividade é garantido, onde grandes textos e grandes imagens buscam conquistar um público que pretende não estar apenas minimamente informado, mas apreciar a boa leitura.

A diagramação da *piauí* é ininterrupta, proposta em quatro colunas. A fonte serifada escolhida é fina, simples e sofisticada, comum nas narrativas longas que procuram aumentar o grau de legibilidade, dando ao leitor uma sensação de descanso visual. As capitulares, agora sem serifa, chamam a atenção pelo tamanho e, aparentemente, não possuem padrão para aparecer, sendo identificadas aleatoriamente entre um parágrafo e outro, no entanto, sem carregar a página.

De acordo com Camargo, a “diagramação da notícia e as narrativas visuais resultantes refletem o conceito editorial da publicação” (CAMARGO, 2008, p. 38). Não se refere a uma simples distribuição dos elementos visuais. Na *piauí* é visível a existência de um conceito de página que une a técnica com a estética. Folhear suas páginas nos remete a leitura dos jornais do início do século XX, onde a escrita dá lugar às imagens. No entanto, a *piauí* não objetiva a recomposição do tempo da notícia em seus textos e a valorização da escrita em detrimento das imagens não se refere a nenhum tipo de dificuldade técnica para a reprodução de fotos ou ilustrações.

Para Camargo, a mídia revista se define no uso de diferentes formas linguísticas para informar, como “fotografia, literatura, pintura, infográficos, charges, quadrinhos, reportagens, publicidade” (CAMARGO, 2008, p. 39). Dessa forma, se a *piauí* não valoriza o uso excessivo de imagens e composições gráficas comuns à narrativa das revistas de massa, como, por exemplo, a fotorreportagem, ela abusa da sua liberdade de criação por meio de outros elementos como as ilustrações de capa, tão singulares, ou mesmo na escolha do papel espesso, fosco e poroso.

As capas, majoritariamente ilustrativas, desenhadas ou manipuladas digitalmente e que, aparentemente, não encontram relação com o conteúdo da revista, exigem

reflexão. Cada leitor produz uma interpretação diferente. Na edição de número 48, um casal se beija. A moça está com os olhos abertos e o rapaz com uma faca no bolso traseiro. Ao ler as chamadas ou mesmo o conteúdo da edição, não existem textos que nos remetam a imagem vista na capa, dando a impressão de se tratar de um elemento surpresa para a apreciação do leitor, capaz de oferecer à revista um caráter de desprepotência.



Figura 1: capa revista *piauí* - edição n° 48
Fonte: <http://revistapiaui.estadao.com.br/edicao-48>

As chamadas não se encaixam no padrão informativo, exigindo que a leitura dos grandes textos seja feita para que haja compreensão integral dos temas abordados. No interior, os títulos grandes e a colunagem contínua, demarcam os pequenos espaços vazios que prevêm um conteúdo extenso. Cada grande matéria possui apenas uma grande imagem no início, com exceção das crônicas informativas que são ilustradas com desenhos manuais.

A função das imagens na *piauí* não é a de complementar o sentido do texto, mas fazer com que o leitor primeiramente as contemple e em seguida reflita sua relação com o que está escrito. O olhar do leitor não salta de uma imagem a outra ou entre elementos textuais, não há ruptura, e sim uma idéia de sequência harmônica e simétrica encontrada nos livros, onde o olhar segue apenas uma direção e não transita entre a enxurrada de



informações, estéticas ou não, ou outros compositivos comumente vistos nas revistas informativas.

A estabilidade é démodé

Existe na revista *piauí* uma identidade visual que é mantida nas edições que não se encaixa no conceito de “design cambiante” visto na pós-modernidade:

adjetivos como flexível, transitório, fugidio, cambiante, liquefeito, fragmentado, entre tantos, têm servido para qualificar o tempo contemporâneo. O design gráfico reflete tudo isso como sua história recente demonstra. Sua condição num meio de caminho entre a indústria, a tecnologia, a arte, a cultura, o consumo e o público faz esse campo ser um espelho das transformações do cotidiano da sociedade. (KOPP, 2002, p. 106)

Ao contrário desta definição do design gráfico na sociedade contemporânea, a *piauí* reflete permanência, durabilidade e estabilidade ao propor o resgate à simplicidade, o que aparentemente à classifica fora dos padrões da pós-modernidade, considerando sua composição sem excessos.

Em meio a tanta volubilidade estética no que se refere aos apelos visuais, que ambicionam a atenção de indivíduos que demandam não mais uma boa leitura, o público da *piauí* não carece ser cativado a cada edição com chamarizes estéticos para consumi-la. Trata-se de um leitor fiel não interpelado pelos hábitos capitalistas no consumo da informação.

De acordo com Dormer (1991), o design visto nos países ocidentais está intimamente ligado “à cultura capitalista liberal na qual se insere e a qual serve” e uma análise desta história do design tem de “levar em conta a ideologia subjacente à história recente do consumismo” (DORMER, 1991, p. 01). Porém, para o autor, é o consumismo, muito mais do que o desenvolvimento da indústria pesada, que oferece aos designers as oportunidades criativas (DORMER, 1991, p. 02).

O que vemos na verdade é que estas mesmas liberdades proporcionadas pelo Ocidente têm limitado a eficácia de se produzir informação com qualidade na medida inversa em que se valorizam certos elementos estéticos excessivos. Além do incentivo à descartabilidade, a estima exacerbada pelo uso de imagens, sensacionais, descontextualizadas e desconexas com a composição, desestimulam o hábito de se



informar criticamente, influenciando na formação dos grupos de leitores digitais, que procuram informações curtas e dinâmicas. Todos estes fatores criam nestes consumidores de internet, a ilusão de estarem informados.

Diante da gama de opções para se manter atualizado na era digital da pós-modernidade, a escolha do leitor da *piauí* vai de encontro a obsolência planejada desta sociedade consumista. Trata-se de um leitor que não descarta, e sim coleciona as edições que mais parecem terem sido confeccionadas com colagens de textos e imagens, detalhadamente pensados em seus espaçamentos e proporções.

De acordo com Kopp “o design espelha o contexto social no qual está inserido. Resultado da combinação entre técnicas artísticas, tecnologias de produção/reprodução e objetivos mercadológicos, o design gráfico é tão inovador ou retrógrado quanto a sociedade que representa.” (KOPP, 2002, p. 115). Dessa forma e com base em todas as considerações aqui já realizadas torna-se indiscutível a existência de um público leitor para a *piauí* que legitime e aprecie sua forma de fazer jornalístico. Diante dos ilimitados recursos que lhes são oferecidos, ainda existem aqueles que primam pela informação bem contada e que devem ser considerados como demanda significativa para as produções jornalísticas.

Jornalismo reflexivo na internet

A partir da inferência de que para a informação de qualidade se faz necessária a apuração minuciosa e o aprofundamento dos fatos, como podemos classificar o conteúdo jornalístico da internet? Neste artigo objetivamos apontar não somente a necessidade da retomada destes princípios básicos de investigação e contextualização, mas apresentar ainda a contribuição do jornalismo literário para a inversão cultural nos hábitos de consumo de informação. Dessa forma, qual seria a análise possível no que se refere a transposição do conteúdo de várias mídias para uma nova mídia, no caso a internet?

Como já argumentado anteriormente, o jornalismo literário propõe um grande salto em relação à produção técnica e imparcial predominante nos veículos jornalísticos. Sendo assim, muitas reflexões surgem diante do potencial da internet, vista como poderosa e democrática ferramenta de comunicação, capaz de promover espaços e recursos perdidos em outros meios. Se o computador representa meio expressivo capaz de ampliar a capacidade de relatar fatos, considerando sua uma gama de possibilidades



narrativas, porque é cada vez mais comum nos depararmos com publicações rasas e descontextualizadas? Estariam estas ocorrências relacionadas às preferências do público consumidor? Será que os leitores de jornais online só se referem àqueles que buscam relatos mínimos e velozes? E os leitores que valorizam a boa informação com possibilidades de diferentes visões, e que esperam isso da internet?

Aparentemente, o fazer jornalístico na web está situado em outro extremo em relação à produção do jornalismo literário, já que a plataforma internet de acordo com Piccinin (2003) tende a afetar tanto os meios de produção quanto os conteúdos:

se de um lado acreditamos poder oferecer um produto mais elaborado e mais ricamente ilustrado no sentido amplo da palavra, tomando o fato de dispor de vídeo, áudio e gráficos, agregados ao texto da notícia, e se isso é, na realidade, eficazmente útil a quem dele se utiliza, por outro lado, toda essa nova infra-estrutura que serve à qualificação da notícia, pode não resultar exatamente num jornalismo de mais qualidade. (PICCININ, 2003, p. 02)

Para a autora, à potencialização dos recursos oferecidos pela internet pode não existir correspondência exata com o aperfeiçoamento do fazer jornalístico. A apuração e a busca por informar com qualidade tem se distanciado das redações online, onde pouco ou nada é originalmente produzido. O que parece acontecer é um trabalho de agrupamento e sistematização das informações onde o jornalista deixa de integrar uma equipe de reportagem para se tornar editor de fatos já publicados.

As inovações tecnológicas, ao possibilitarem o desenvolvimento de conteúdo jornalístico no ciberespaço com as características exclusivas proporcionadas pela internet, possuem inúmeras maneiras de informar com qualidade, seja linearmente por meio de hipertextos ou mesmo com sua gama de links para outros dados e informações.

É claro que as sensações proporcionadas pelo manuseio dos recursos palpáveis vistos na *piauí*, como seu tipo de papel, cor, textura, sua diagramação simples, se tornam impossibilitadas, mas não seriam os outros recursos oferecidos pela internet capazes de proporcionar ao leitor sensações diferentes ao oferecer uma leitura mais completa?

Se por um lado, com o jornalismo apresentado pela *piauí*, a informação é completa, por outro, o jornalismo online, apesar de oferecer ao leitor internauta instantaneidade e velocidade de atualização, não raro, muito do que se consome é a mera reciclagem de fatos, o que compromete a credibilidade que caracteriza a profissão. A apuração é colocada em segundo ou terceiro plano e o grande trabalho parece ser



somente o de saber o que e como será reaproveitado do grande volume de material que chega das mais variadas fontes à redação.

Ao considerar a *piauí* como um exemplo de apuração cuidadosa e tratamento nos detalhes das produções jornalísticas, as indagações aqui feitas propõe que a internet, suporte que se apropria cada vez mais do espaço da disseminação de informações, explore todos os seus recursos para além da demanda de leitores de curtas notícias e faça parte do processo de resgate à credibilidade do jornalismo, enquanto fonte confiável para a sociedade.

Se a multifuncionalidade da rede é capaz de proporcionar uma cobertura jornalística abrangente, muito mais completa e, principalmente, que acompanha a velocidade de acontecimento dos fatos, porque não podemos alcançar também os consumidores do jornalismo da *piauí* através da internet? Não intencionamos aqui que os leitores que apreciem manusear as grandes páginas amarelas e porosas da *piauí* substituam um meio pelo outro, mas sim que esta forma de fazer jornalístico seja proposta em outros meios com vistas a uma mudança do hábito de consumo mínimo da informação. O jornalismo reflexivo pode ser visto em diversas mídias e deve ser referência para produção de informação em todas elas.

REFERÊNCIAS

TAVARES, Elaine. **O novo jornalismo da Realidade**. Disponível em <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/viewFile/3076/2353>. Acesso em: julho 2011.

FARO, José Salvador. **Revista Realidade, 1966-1968: Tempo da reportagem na imprensa brasileira**. Canoas, RS: Editora de Ulbra, 1999.

NECCHI, Vitor. **A (im)pertinência da denominação “jornalismo literário”**. Disponível em <http://www.journal.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/10950>. Acesso em: abril 2011.

DORMER, Peter. **Noventa anos de design. O estilo em design desde 1900. Os Significados do Design Moderno. A caminho do século XXI**. Disponível em http://jmir4.no.sapo.pt/projecto/Dormer_Cap.2.pdf. Acesso em: abril 2011.



KOPP, Rudinei. **Design gráfico cambiante: a instabilidade como regra.** Disponível em <http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/famecos/article/view/319/250>. Acesso em abril de 2011.

CAMARGO, Hertz Wendel de. **Narrativas visuais na página: A fotografia e a diagramação dos sentidos.** Disponível em <http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/discursosfotograficos/article/view/1925/1658>. Acesso em: julho 2011.

MOHERDAUI, Luciana. **Os critérios de composição no jornalismo digital.** Disponível em http://ftp.cefet-to.org/~focking/Informatica%20Aplicada/composicao_grafica.pdf. Acesso em: julho 2011.

MACHADO, Elias. **O ciberespaço como fonte para os jornalistas.** Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/machado-elias-ciberespaco-jornalistas.pdf>. Acesso em: julho 2011.

ADGHIRNI, Zélia Leal. **Jornalismo online: Em busca do tempo real.** Disponível em http://galaxy.intercom.org.br:8180/dspace/bitstream/1904/18685/1/2002_NP2ADGHIRNI.pdf. Acesso em: julho 2011.

PUCCININ, Fabiana. **Jornalismo online e prática profissional: Questionamento sobre a apuração e edição de notícias para web.** Disponível em <http://www.bocc.uff.br/pag/puccinin-fabiana-jornalismo-online-pratica-profissional.pdf>. Acesso em: julho 2011.