



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO

REALIDADE E PIAUÍ:
UM REENCONTRO DO JORNALISMO LITERÁRIO BRASILEIRO

Carolina Pontes de Sá Drago

Rio de Janeiro/ RJ
2012

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO

REALIDADE E PIAUÍ:
UM REENCONTRO DO JORNALISMO LITERÁRIO BRASILEIRO

Carolina Pontes de Sá Drago

Monografia de graduação apresentada à Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social, Habilitação Jornalismo.

Orientadora: Prof. Dr^a. Cristiane Henriques Costa.

Rio de Janeiro/ RJ

2012

DRAGO, Carolina Pontes de Sá

Realidade e piauí: um reencontro do jornalismo literário brasileiro/ Carolina Pontes de Sá Drago – Rio de Janeiro; UFRJ/ECO, 2012

Monografia (graduação em Comunicação Social/ Jornalismo) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Escola de Comunicação, 2008

Orientação: Cristiane Costa

DEDICATÓRIA

Para meus pais, pelo apoio incondicional. E para meu noivo, companheiro de todas as horas.

AGRADECIMENTO

À minha orientadora, Prof. Dr^a. Cristiane Costa, por me acalmar os ânimos, inspirar as ideias e sobretudo estar sempre disposta a ensinar.

Ao professor Muniz Sodré, por me encorajar neste desafio quando ele ainda era uma semente. E ao professor Marcio Tavares D’Amaral, pela consciência de que ensinar é também passar valores.

À equipe da revista *piauí*, que me recebeu gentilmente em sua redação para a apuração deste trabalho.

À Biblioteca Nacional e sua equipe, que deu todo o suporte nas pesquisas sobre a revista *Realidade*.

DRAGO, Carolina Pontes de Sá. ***Realidade e piauí: um reencontro do jornalismo literário brasileiro***. Orientador: Cristiane Costa. Rio de Janeiro, 2012. Escola de Comunicação, UFRJ. Monografia de graduação em Comunicação Social/ Jornalismo.

RESUMO

Este estudo resgata o jornalismo literário – nascido oficialmente nos Estados Unidos nos anos 1960 – e seus principais autores, entre eles Tom Wolfe, que enumera os quatro recursos que caracterizam o gênero: o ponto de vista e o fluxo de consciência, a descrição do ambiente, o registro de diálogos e a caracterização aprofundada dos personagens. Em seguida, analisa a presença de cada um destes recursos nas revistas *Realidade* (1966-1976) e *piauí* (2006-), das poucas a incorporar o gênero no Brasil. Para isso apresenta em detalhes as duas publicações, inseridas em contextos político-sociais distintos, porém aproximadas pela grande reportagem narrativa. Por fim, propõe um reencontro do jornalismo literário a partir da relação entre dois perfis políticos, um de cada revista, mostrando que o jornalismo que aprende a explorar suas potencialidades tem, como as histórias dos livros, vida plena.

ÍNDICE

1. INTRODUÇÃO.....	1
2. A (JORNALÍSTICA) ARTE DE CONTAR UMA HISTÓRIA.....	5
2.1. <i>A sangue frio</i> e o novo jornalismo.....	5
2.2. Do novo jornalismo ao <i>narrative writing</i>	10
2.3. Jornalismo e literatura no Brasil: diálogo e tensão.....	14
3. REALIDADE: “A REVISTA QUE FALTAVA”.....	18
3.1. Entre mudanças e tabus.....	19
3.2. Vista de perto.....	20
3.3. Uma revista de autores.....	22
3.4. A imagem também fala.....	24
3.5. Dez anos narrando o Brasil.....	25
3.5.1. O olhar do repórter.....	27
3.5.2. Construindo o personagem.....	28
3.5.3. Descrevendo o ambiente.....	29
3.5.4. Conversas em cena.....	30
3.6. O adeus precoce.....	31
4. PIAUÍ: “PARA QUEM TEM UM PARAFUSO A MAIS”.....	33
4.1. O Brasil da <i>piauí</i>	33
4.2. Herança não assumida.....	34
4.3. Cinco anos de “anarquia”.....	36
4.4. Endereço de sucesso.....	40
4.5. Como contar bem uma história.....	41
4.5.1. O olhar do repórter.....	42
4.5.2. Construindo o personagem.....	43
4.5.3. Descrevendo o ambiente.....	44
4.5.4. Conversas em cena.....	45
4.6. Mudanças à vista.....	47

5. UM REENCONTRO DO JORNALISMO LITERÁRIO BRASILEIRO.....	48
5.1. Política nas páginas de <i>Realidade e piauí</i>	48
5.1.1. Oposição, ontem e hoje.....	49
5.1.2. O “camarada” e o “estranho do ninho”.....	50
5.1.3. Um rosto ou um partido?.....	51
5.1.4. O(s) ponto(s) de vista.....	53
5.2. Velhos e novos tempos.....	54
6. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	56
7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	58

1. Introdução

Rotativa do acontecimento

Vida fluindo

pelos cilindros

rolando

em cada bobina.

Rodando

em cada notícia.

No branco da página

explode.

Todo jornal é explosão.¹

É poeticamente que Drummond relata, em 1973, a revolução por que a imprensa brasileira começou a passar ainda na década de 1950. Era o lide e a pirâmide invertida enquadrando o jornalismo numa fôrma necessária (porém não definitiva), a lhe dar identidade e contorno próprios num tempo em que o ofício seguia rumo à profissionalização.

A nova cartilha vinha dos Estados Unidos, nas malas de jornalistas viajantes, como Samuel Wainer, Danton Jobim e Alberto Dines. O objetivo era afastar de vez a confusão entre fato e ficção, notícia e literatura. Foi atingido, mas começou a faltar tempero. Os textos, enquadrados demais, mais pareciam relatórios. Por que, afinal, demarcar tantas fronteiras? De novo nos Estados Unidos, um grupo de jornalistas cansou da fôrma e começou a fazer diferente. Truman Capote se aventurou numa longa pesquisa sobre um assassinato no interior do estado de Kansas. Nascia seu romance de não-ficção, ou livro-reportagem. Fato e narrativa voltavam a se enamorar.

Em 1973, Tom Wolfe enfim deu nome a uma série de práticas que ele e alguns de seus colegas vinham ensaiando das páginas dos jornais em que trabalhavam. Eram os quatro recursos-base do jornalismo literário – o ponto de vista, a reconstrução cena a cena, o registro de diálogos e a caracterização aprofundada do personagem. Todos eles em cena na tentativa de resgatar um leitor por ora entediado.

Esses recursos funcionam como luz no caminho – ora sombrio, ora escuro – pelo qual este trabalho se propõe a trilhar: a trajetória do jornalismo literário brasileiro. Os marcos são as revistas *Realidade* (1966-1976) e *piauí* (2006-), distantes exatamente três décadas, porém

¹ Cristiane Costa. Trecho do poema de Carlos Drummond de Andrade “A casa do jornal, antiga e nova”. Rio de Janeiro: Pena de aluguel, p.115, 2005.

aproximadas pela reportagem narrativa. Aqui propomos justamente um reencontro entre esses dois tempos distintos, representados por *Realidade* – voz e (ouvidos) da sociedade brasileira nos anos 1960 – e *piauí* – adepta do debate e da sátira para retratar os nossos dias.

Ambas são revistas mensais, com destaque para reportagens longas e muito bem apuradas, que vão além do que já se leu, que informam, formam e envolvem aquele que é – ou deveria ser – a razão do jornalismo: o leitor. Mas, afinal, como as revistas constroem seus textos? O que é preciso para contar bem uma história? Como é fazer esse jornalismo que exige tempo – de apuração e leitura – quando todos correm contra o relógio? O que significava escrever bons textos – no estilo e no conteúdo, apurando com tempo e rigor – sob a vigília da ditadura?

Para responder essas e outras perguntas, dividimos o trabalho em quatro etapas. A primeira resgata o jornalismo literário (o que é?, como e onde nasceu?, quando chegou ao Brasil?) numa viagem que remete aos anos 1930. Nessa época, os escritores de ficção começaram a usar técnicas jornalísticas em seus romances. Logo os jornalistas, como Truman Capote, Gay Talese e Tom Wolfe, decidiram se aventurar na direção oposta: apropriar-se da literatura para representar os fatos.

Mas a empreitada foi interrompida – por volta dos anos 1970, acusada de ceder à subjetividade – para retornar, com outra roupagem, nos anos 2000. Rebatizada de *narrative writing*, o estilo pretende reinserir na imprensa a possibilidade de recorrer à narrativa.

Este capítulo traz ainda um retrospecto do casamento jornalismo-literatura no Brasil. Visita nossas redações da virada do século XIX – ainda ocupadas por escritores como Machado de Assis, José de Alencar, Olavo Bilac – até os anos 1950, com a chegada definitiva do jornalismo moderno, pautado do lide e na pirâmide invertida.

A segunda parte se propõe a investigar a revista *Realidade*. Para isso, convida o leitor a visitar o contexto histórico em que nasceu – a sociedade dos anos 1960, equilibrando-se entre conceitos e pré-conceitos, mudanças e tabus – e, em seguida, a entendê-la por dentro: sua proposta editorial, sua equipe e redação, suas abordagens sociais. Para além de fazer jornalismo, *Realidade* tinha o compromisso de cobrir, a cada edição, em longas reportagens narrativas, de política a saúde, de religião a humor, de moda a esportes, de educação a espetáculo. Amparada pela vivência do repórter (e do fotógrafo), em textos autorais e com

marcas de estilo. Comprometida a contar histórias de gente comum. Exemplo de resistência política, sim, mas sobretudo influência cultural para uma sociedade sem muitos parâmetros.

Todo esse passeio para chegar à questão central: o jornalismo literário de *Realidade* (no tópico “Dez anos narrando o Brasil”), analisado em trechos de sete reportagens publicadas entre 1966 a 1970. A análise parte dos quatro recursos enumerados por Wolfe, aqui reorganizados da seguinte forma: o olhar do repórter (trata da mudança de ponto de vista, sustentada pelo fluxo de consciência), construindo o personagem (registro de seus hábitos, gestos, roupas e características simbólicas), descrevendo o ambiente (reconstrução cena a cena para a ambientação do leitor) e conversas em cena (reprodução dos diálogos).

O fim do capítulo reflete sobre o declínio de *Realidade*. De um lado, castrada pelo AI-5, e de outro, tendo que fazer frente à recém-nascida *Veja*, começou a perder leitores, até fechar – definitiva e precocemente – em março de 1976.

Na terceira etapa, o processo descrito acima se repete, tendo agora como objeto a revista *piauí*. Primeiro situa o leitor no Brasil dos anos 2000, seus conflitos políticos, culturais e sociais. País diverso e promissor, mas ainda cheio de contradições. Em seguida, insere aí a nova revista – de redação espaçosa e equipe reduzida –, dedicada a contar boas histórias, independente do noticiário, armada de humor e atenta à forma. Inspirada na norte-americana *New Yorker* e comprometida com a checagem dos fatos. Escrita para um leitor AB, que lê por prazer. Uma publicação que trabalha com tempo (e espaço) e se assume lenta. Por isso pode explorar a tensão narrativa a que se propõe.

É dela que trata o tópico “Como contar bem uma história”. Analisa-se aqui, novamente, a presença e o uso de cada um dos quatro recursos-base do jornalismo literário (o olhar do repórter, construindo o personagem, descrevendo o ambiente e conversas em cena) em trechos de nove reportagens da revista, publicadas entre 2007 e 2012.

A última parte deste capítulo reflete sobre mudanças recentes por que a revista *piauí* vem passando e lança questões sobre o desafio de permanecer igual e *diferente* (fiel à proposta de inovar), em meio às pressões pela standartização.

O último capítulo se arrisca a responder a pergunta que norteia o reencontro a que este trabalho se propõe: que marcas do jornalismo literário presente na publicação dos anos 1960 foram preservadas ao longo do tempo? Para isso, estabelece relações entre *Realidade* e *piauí*

com base na análise de dois perfis políticos – o de Luís Carlos Prestes, escrito por Paulo Patarra em 1968, e o do deputado estadual Marcelo Freixo, por Dorrit Harazim, publicado em abril deste ano. Lembrando que não se trata de uma comparação pura e simples, mas de uma relação mais abrangente, que tem como alvo o jornalismo – e todo o processo de construção da narrativa.

Aqui cabe entender, partindo do jornalismo literário para uma visão mais geral – e às vezes percorrendo o caminho contrário – como cada revista constrói seu texto, ideológica e estilisticamente.

Foram analisadas pelo menos três edições de cada revista. Os textos da *piauí*, consultados na própria publicação, e os de *Realidade*, no acervo da Biblioteca Nacional e no livro *Realidade re-vista*, dos jornalistas José Carlos Marão e José Hamilton Ribeiro.

O estilo do texto aqui produzido tem uma proposta metalinguística: fugir do linguajar essencialmente acadêmico e importar, à semelhança do novo jornalismo, alguns recursos da literatura. Frases curtas, primeira pessoa, parênteses, observações – tudo isso tem finalidade também estética, que dialoga com o tema central.

2. A (jornalística) arte de contar uma história

“Nesses dias de globalização, em que a *CNN*, assim como o diário *USA Today*, contam tudo em três minutos ou linhas, a grande reportagem europeia é um enorme alívio”, disse, em 2003, o jornalista Gianni Carta. (CARTA, 2003, p.39) Assim gira o mundo do jornalismo, ainda mais acelerado nove anos depois do comentário de Carta: velocidade máxima, informação compacta, reduzida a poucas linhas. Não há tempo para se contar uma história; apenas para informar, em fragmentos, um leitor quase sempre apressado. Ou talvez desinteressado pelas mesmices a que assiste, em seguida ouve e depois ainda se vê obrigado a ler. Notícias sob os mesmos ângulos, mesmos personagens e vozes.

Ao longo dos anos, porém, jornalistas têm encontrado brechas nas redações para contar (jornalisticamente) suas histórias. Importando elementos da literatura e renovando estilo e linguagem, conquistam o leitor mais exigente. Unem informação em profundidade e narração de qualidade. Mais precisamente na década de 1960, nos Estados Unidos, nomeou-se a nova receita: novo jornalismo, de ingredientes caros e muito sabor.

2.1. *A sangue frio* e o novo jornalismo

Final de setembro de 1965. A revista norte-americana *The New Yorker* publica o primeiro capítulo do que meses depois se tornaria o livro *A sangue frio*, fruto de cinco anos de trabalho do jornalista Truman Capote investigando o assassinato da família Clutter em Holcomb, no interior do estado de Kansas, nos Estados Unidos. Capote reconstruiu com precisão diálogos, encontros e cenas que nunca presenciara nas mais de 400 páginas de seu “romance de não-ficção”, como fazia questão de chamar o trabalho. Ali descreveu o último dia da família de fazendeiros assassinada e até os pensamentos de alguns personagens – uma liberdade que tomou depois de exaustivas entrevistas. Por conta da riqueza de detalhes e de sua precisão ao narrá-los, foi considerado mentiroso por muitos. Um checador profissional chegou a ser acionado para investigar a veracidade dos fatos – e voltou impressionado com a qualidade e o rigor de sua apuração. Em *Capote – Uma biografia* (1993), o jornalista Gerald Clark revela que o escritor “era bisbilhoteiro e registrava o que as pessoas diziam, não o que elas queriam que ele dissesse”.

Para narrar o assassinato, sua motivação e a investigação que levou à execução dos criminosos, Capote passou um ano e meio em Kansas analisando documentos e conversando com moradores da cidade, em especial os dois assassinos – Perry e Hickcock, dos quais ficou

íntimo. Depois, levou quase cinco anos esculpindo as anotações, em seu chalé nos Alpes suíços. E foi somente em Brooklyn Heights, uma aldeia no estado norte-americano de Ohio, onde tinha um apartamento, que finalizou seu trabalho.

A narrativa de Capote – literária e documental – é considerada um dos marcos simbólicos de um novo modo de fazer jornalismo: uma receita que mistura fatos reais, sem distorcê-los, e recursos narrativos. Para Tom Wolfe, um dos porta-vozes do novo jornalismo, *A sangue frio* marca a maturidade do que conhecemos hoje como livro-reportagem. (CUIAIS, 2010, p.12) No prefácio de *Os cães ladram*, compilação de textos seus publicada em 1973, Capote reflete sobre o novo jornalismo, referindo-se ao perfil que fez do ator Marlon Brando para a revista *The New Yorker*:

Minha alegação era que a reportagem poderia ser uma forma de arte tão elaborada e excitante quanto qualquer outra modalidade de prosa – ensaio, conto, novela [...] Após selecionar Brando, conferi o meu equipamento (cujo principal ingrediente é o talento para registrar mentalmente longas conversas, uma habilidade que desenvolvi com muito esforço durante a pesquisa para escrever *As musas são ouvidas*, pois acredito piamente que tomar notas – e principalmente o uso de gravador – gera interferências e distorce ou destrói qualquer naturalidade que possa existir entre o observador e o observado, entre o nervoso beija-flor e seu predador potencial). (CAPOTE, 2006, p.11)

Apesar do sucesso de *A sangue frio*, Capote não foi o precursor do novo jornalismo. Bem antes (e antes também de Tom Wolfe publicar o manifesto de 1973, em que dita as bases do novo jornalismo), escritores como o norte-americano John Hersey já antecipavam o gênero. (PENA, 2011, p.53) Em *Hiroshima*, publicado em 1946 também pela *The New Yorker* antes de se tornar livro, Hersey reportou ao mundo o relato de seis sobreviventes um ano depois da explosão da bomba atômica na cidade japonesa. Escrita em seis semanas, sua reportagem foi publicada de uma só vez, numa edição monotemática de 68 páginas. Sobre ela, o jornalista Joaquim Ferreira dos Santos escreveu no *Jornal do Brasil*:

[...] John Hersey começa Hiroshima como se deve, com um lead clássico: ‘No dia 6 de agosto de 1945, precisamente às oito e quinze da manhã, hora do Japão, quando a bomba atômica explodiu sobre Hiroshima, a Srta. Toshiko Sasaki...’. É o início das 31.347 palavras, quase nenhum adjetivo [...] Como Truman Capote, Gay Talese, Tom Wolfe e Joseph Mitchell, ele aposta tudo, primeiro, na apuração exaustiva e, depois, numa apresentação que pede emprestadas técnicas do texto literário [...] ‘Dos 156 médicos existentes em Hiroshima, 65

estavam mortos e os restantes se encontravam, na maioria, feridos. Das 1.780 enfermeiras, 1.654 estavam igualmente mortas ou impossibilitadas de agir.’ [...] ‘O rosto inteiramente queimado, as órbitas vazias, as faces marcadas pelo líquido que escorrera das córneas derretidas. Deviam estar olhando para cima quando a bomba explodiu; talvez pertencessem à defesa antiaérea.’²

Antes ainda, na virada do século XX, o jornalista norte-americano John Reed se notabilizou pela cobertura das revoluções mexicana e bolchevique. Em *Dez dias que abalaram o mundo* (1919) – reportagem sobre a revolução russa de 1917 – já se destacavam diálogos e outros recursos literários, como o modo de narrar próximo ao romance. Essa influência veio de grandes nomes da escola literária do realismo social, como o inglês Charles Dickens e o francês Honoré de Balzac. Eles empregavam recursos do jornalismo – de pesquisa minuciosa de uma realidade, como os hábitos da classe burguesa decadente de Paris – para posicionar, naquele contexto, sua narrativa de ficção. Eram verdadeiros repórteres de seu tempo. Tratava-se, portanto, de uma espécie de crônica histórica capaz de traduzir aquela época. Assim Wolfe descreve o trabalho desses escritores:

[...] os romancistas aceitavam rotineiramente a desconfortável tarefa de fazer reportagem, ‘cavando’ a realidade simplesmente para reproduzi-la direito. Isso era parte do processo de escrever romances. Dickens viaja a três cidades do Yorkshire, usando nome falso e fingindo estar procurando escola para o filho de um amigo viúvo – a fim de entrar nos mal-afamados internatos do Yorkshire para coletar material para o *Nicholas Nickleby*. (WOLFE, 2005, p.121)

Logo depois da Primeira Guerra, essa nova corrente viajou da Europa para os Estados Unidos. Nos anos 1930, viveu seu auge. (CUIAIS, 2010, p.13) Ficcionalistas como John Steinbeck e Ernest Hemingway também começaram a usar técnicas jornalísticas para dar força ao realismo com que pretendiam marcar seus romances. Como esses escritores também publicavam na imprensa, os dois estilos foram inevitavelmente se misturando. Com um detalhe: enquanto os romancistas do realismo social buscavam imprimir realidade na ficção, aos jornalistas cabia outro desafio, talvez percorrer o caminho inverso: apropriar-se da literatura para representar os fatos, de forma autoral, ambientada, quase em tempo real – tamanha a capacidade que muitos jornalistas tinham de reconstruir acontecimentos. Nos anos

² Joaquim Ferreira dos Santos. “A melhor reportagem da história.” Observatório da Imprensa, copyright Jornal do Brasil de 21/09/02. Disponível em: <<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/showNews/asp/250920029.htm>>. Acesso em: 22 de março de 2012.

não-ficção. De fato fazia. Wolfe explorava o uso exuberante de pontos, interjeições, travessões, itálicos e, sobretudo, da pontuação fora do convencional.

Mas a ruptura que propunha ia muito além da técnica. O tipo de reportagem que ele, Gay Talese e outros jornalistas começaram a fazer era mais intenso, detalhado e também exigente em termos de tempo. Wolfe lembra que os jornalistas tinham desenvolvido o hábito de passar dias, às vezes semanas, com as pessoas sobre as quais escreviam. Precisavam estar presentes em todos os momentos para captar o diálogo, os gestos, as expressões faciais, os detalhes do ambiente. O desafio era justamente casar a descrição objetiva com a subjetividade dos personagens – que os leitores até então encontravam apenas em romances e contos. Mas por causa disso o novo jornalismo passou a ser atacado como “impressionista” pelos “velhos guardiões do jornalismo e da literatura”:

As coisas mais importantes que se tentava em termos de técnica dependiam de uma profundidade de informação que nunca havia sido exigida do trabalho jornalístico. Só através das formas mais investigativas de reportagem era possível, na não-ficção, usar cenas inteiras, diálogo extenso, ponto de vista e monólogo interior. Por fim, eu e os outros seríamos acusados de “entrar na cabeça das pessoas”... Mas exatamente! Entendi que essa era mais uma porta em que o repórter tinha de bater. (WOLFE, 2005, p.38)

O fluxo de consciência, motivo das críticas a Wolfe, é um dos quatro recursos que ele registra como característicos do novo jornalismo. Com ele, vale “entrar na mente” de quem conta a história (reproduzir seus pensamentos e emoções) e mudar de ponto de vista, “passeando” pela cabeça de diferentes personagens. Outro recurso é a reconstrução cena a cena. Ao descrever o ambiente e recuperar seus elementos, ela situa o leitor naquele contexto. Wolfe destaca ainda o registro de diálogos completos, na intenção de mais uma vez envolver o leitor – que vira testemunha do fato –, além de definir o entrevistado com mais rapidez e precisão. Por fim, ele cita o registro de hábitos, roupas, gestos e outras características simbólicas do personagem. A ideia, ao explorar este último recurso, é criar uma atmosfera que de alguma forma seja familiar ao leitor e, assim, ajude a assegurar o seu envolvimento. (CUIAIS, 2010, p.12)

Esses recursos identificados por Wolfe não ficaram só entre os norte-americanos. Nos anos 50, antes mesmo de sua fama como escritor de ficção, o colombiano Gabriel García Márquez se notabilizou com *Relatos de um naufrago* – série de reportagens publicadas em

1955 no jornal *El Espectador*, de Bogotá, e depois compiladas em livro. A matéria-prima da história – real – são entrevistas feitas com o único sobrevivente do naufrágio, causado por excesso de carga. Foi apenas com a publicação de Marquez – e, naturalmente, sua extensa pesquisa – que se soube que o peso extra vinha de produtos contrabandeados.

Ainda nos anos 1950, o argentino Rodolfo Walsh – até então autor de romances policiais – lançou *Operação massacre*, sobre o fuzilamento sumário a que foram submetidos 12 homens inocentes pelo general argentino Pedro Eugenio Aramburu. A reportagem, embasada também no testemunho de sobreviventes, foi recusada pelos principais veículos e acabou sendo publicada em alguns poucos órgãos de baixa tiragem. O jornalista Mauricio Stycer deixa clara a influência do novo jornalismo sobre o texto ao analisar em seu blogue que Walsh “descreve minuto a minuto os acontecimentos” e “reconstitui em detalhes o perfil de cada um dos homens presos”.³

Na Espanha, nomes como Rosa Montero, Vázquez Montalbán e Maruja Torres praticaram nos anos 70 o que chamavam *periodismo informativo de creación*, modalidade do jornalismo literário inspiradas nos recursos citados por Wolfe.

Por fim, o Brasil também teve sua veia literária do jornalismo (bem) representada, pela revista *Realidade*, primeira a apresentar, já em 1966 – mesmo ano em que Truman Capote lançou *A sangue frio* –, os elementos realmente característicos do novo jornalismo: “Na *Realidade*, o repórter tinha que se colocar como um pesquisador, nenhum detalhe, nenhuma personagem, nenhuma causa e efeito, nada podia faltar. Texto igual só no *new journalism* americano.” (FARO, 1999)

2.2. Do novo jornalismo ao *narrative writing*

Apesar do sucesso da nova receita, a crítica começou a questionar e desqualificar o tipo de reprodução do real que a corrente defendia – e já nos anos 70 o novo jornalismo foi perdendo força. A opinião vigente passou a duvidar da consistência e da precisão do conteúdo produzido sob a estrutura narrativa, comparando-o a relatos ficcionais. (CUIAIS, 2010, p.13) Para agravar a situação, a circulação dos jornais entrou em crise na década seguinte – e a tendência foi logo associada ao crescente desinteresse pela leitura em todo o mundo.

³ Disponível em: <<http://mauriciostycer.blogosfera.uol.com.br/2010/10/11/%E2%80%9COperacao-massacre%E2%80%9D-aula-de-jornalismo-sobre-um-crime-militar/>>. Acesso em: 27 de março de 2012.

Para controlar a queda nas vendas, o jornal *USA Today* passou a investir em infográficos coloridos, muitas fotos, cobertura jornalística centrada em serviços, celebridades, TV e esportes, interatividade e atualização das notícias em *web sites* e, acima de tudo, matérias curtas, básicas e meramente informativas. Regredia-se à uniformização do texto jornalístico. (COSTA, 2005, p.270)

Todas essas mudanças tinham como aliadas a informatização das redações. Computadores em cena, diagramação digitalizada, impressão industrial, jornais investindo em marketing e se tornando produtos mais atraentes e vendáveis. Norteados pela necessidade de recuperar as vendas e trabalhando para ampliar seu público com os novos artifícios. Tudo para garantir a publicidade vossa de cada dia. O leitor passava a cliente – e valia tudo para atendê-lo. Os critérios das reportagens passavam a ser determinados (como, aliás, são até hoje) pelos resultados das pesquisas de mercado.

Alguns jornalistas temiam que, na busca de se orientar pelas preferências do leitor, os jornais perdessem o controle de qualidade da informação, que poderia cair na vulgaridade, no mau gosto. Neste período, tem início uma relação de conflito entre os jornalistas, que buscavam exercer sua criatividade, e os interesses comerciais dos empresários, que não hesitavam em submeter a produção ao gosto do leitor. (ROXO apud ENNE, 2005, p.7)

Mas todo esse investimento não solucionou o problema das baixas tiragens. E ainda fez surgir novas questões, como o rumo superficial que o jornalismo tomava. Nos anos 2000, então, falou-se pela primeira vez sobre uma possível alternativa à crise: o *narrative writing*, em edição especial da revista *Nieman Reports*, da Universidade de Harvard. Tratava-se de um “movimento narrativo não-oficial”. Editores e repórteres solitários buscavam um texto jornalístico que ultrapassasse a mera descrição dos fatos e as limitações do modelo standartizado. De alguma forma procuravam recuperar o lado humano das histórias contadas pela imprensa. O objetivo do grupo não era demarcar oposição entre jornalismo objetivo e *narrative journalism*. Mas adaptar o padrão moderno de jornalismo – pai do lide e da pirâmide invertida – a este novo modelo de escrita, a favor da construção de um texto mais complexo.

Para o pioneiro do movimento, Roy Peter Clark, que também é professor de um dos principais centros de treinamento de jornalismo do mundo, o Poynter Institute, algumas posições separam hoje jornalistas de escolas rivais. Enquanto um lado defende que é preciso

descobrir o que os leitores querem, o outro diz que se deve dar a eles a informação de que precisam. Para um, os infográficos são a saída; para o outro, é o texto. Um sustenta que se deve investir no jornalismo investigativo; o outro, na oferta de serviços para o leitor. Para um, o leitor quer grandes reportagens; para o outro, quer matérias curtas. Um lado acredita que o leitor deseja textos primorosos; o outro, que deseja furos de reportagem. Para um, a principal preocupação deve ser a qualidade; para outro, a relação entre custos e benefícios. Divergências à parte, Clark sentencia que “bom texto e boa reportagem reforçam um ao outro. Ponto final”. (COSTA, 2005, p.271)

Gay Talese declarou ao *Jornal do Brasil* em março de 2002 que *narrative writing* era o novo (e mais elegante) nome do novo jornalismo. “*New journalism* (ou *narrative writing*, que seja) quer dizer apenas escrever bem. É um texto literário que não é inventado, não é ficção, mas que é narrado como um conto, como uma sequência de filme”, definiu. “É como um enredo dramático digno de ser levado aos palcos, e não apenas um amontoado de fatos, fácil de ser digerido.”⁴

Na prática, este novo estilo propõe a seguinte mudança: quem? vira sinônimo de personagem; o que?, de *plot* (ou conflito, em dramaturgia); onde?, de cenário; quando, de contexto; por quê, de *leitmotiv* (tema que move a narrativa); e como, de forma. O narrador, aqui, também é especial: deixa transparecer sua personalidade, não se esconde atrás da máscara da impessoalidade jornalística e, assim, consegue se relacionar com o leitor. (COSTA, 2005, p.272)

Embora tenham praticamente o mesmo interesse, de atrair o leitor para um texto contextualizado, *narrative writing* e novo jornalismo são, segundo Cristiane Costa, experiências diferentes. O modelo de *narrative writing* se aplica a um contexto mais geral, usado hoje para descrever um texto escrito num estilo narrativo, não exatamente experimental – como foi a aproximação entre jornalismo e literatura nos anos 60. Pode ser aplicado a reportagens e também a textos de não-ficção que nada tenham a ver com o jornalismo:

Em relação à imprensa, o modelo de *narrative writing* não prega a volta aos tempos anteriores ao jornalismo-verdade, em que valia tudo desde que houvesse um mínimo de verossimilhança [...] permite a incorporação de recursos literários, como uso da primeira pessoa, transcrição de diálogos, descrições das reações físicas dos

⁴ Entrevista com Gay Talese, por Rodrigo Fonseca, publicada no *Jornal do Brasil* em 21/03/02. Disponível em <<http://observatoriodaimprensa.com.br/news/showNews/asp2703200296.htm>>. Acesso em: 3 de abril de 2012.

personagens, seus gestos, os cheiros que sentem, os sons que ouvem e até mesmo de seus pensamentos mais íntimos. No entanto, quando aplicada ao jornalismo, seu primeiro mandamento continua sendo o mesmo que rege a imprensa em geral. (COSTA, 2005, p.194)

Para Edvaldo Pereira Lima, o jornalismo literário ainda está vivo e pulsante em alguns jornais e revistas e, sobretudo, no livro-reportagem. Ele lembra que a revista norte-americana *Esquire*, fundada em 1933 como uma espécie de templo tradicional deste gênero jornalístico, continuou produzindo reportagens de estilo, com destaque para algumas técnicas importadas da ficção – entre elas a reprodução de diálogos, a descrição detalhada e a reconstrução cena a cena. É o que faz o repórter Mike Sager na abertura do perfil da Catherine Zeta-Jones publicado em fevereiro de 2003: “Agora, com o sol de fim de tarde tornando-se laranja atrás de uma nuvem, Catherine senta-se de súbito, pernas descoordenadas, numa mesa de casca de árvore desgastada [...] Era uma pergunta cretina, eu sei, mas tinha que fazer: ‘Você se sente cinderela?’” (LIMA, 2003, p.87)

Outro exemplo de que o jornalismo literário ainda vive é o da revista colombiana *Gatopardo*, fundada em 2000 e que se consolidou como excelente publicação do gênero. Define-se como a revista sobre atualidade latino-americana mais influente da região, dedicada ao “periodismo narrativo que apresenta uma mistura de boa escrita, aguda intuição social e reportagens de profundidade”. Segundo seu editor, Guillermo Osorno, *Gatopardo* trabalha por textos “que sejam um rascunho da História, com reverência à precisão, ao contexto e à verdade, concebidos com amor à linguagem”. E que, por isso, possam ser considerados literatura.⁵

Pereira Lima chama a atenção para a abertura da reportagem “Treinta años de La Luna”, de Jorge Patiño, que trata do aniversário de um famoso disco de rock:

Andy saiu do Radio City Music Hall de Nova Iorque na noite de 17 de março de 1973, poucas horas antes que a Lua passasse de quarto crescente a Lua cheia e deixasse cair sobre a cidade uma luz tão branca quanto seu cabelo. Uns minutos antes, o verdadeiro rei do *pop* havia escutado no auditório uma banda da Inglaterra destinada a ter em suas mãos algo mais do que os 15 minutos de fama que Warhol prometia a todo mundo. Era um quarteto de Londres chamado Pink Floyd. A banda estava a uma semana de deixar de ser apenas um

⁵ Guilherme Freiras. “O fermento da narrativa.” Observatório da Imprensa. Publicado em 10/05/2011, na edição nº 64. Disponível em http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/o_fermento_da_narrativa. Acesso em: 8 de abril de 2012.

grupo de certa importância para transformar-se na lenda que lançaria um dos mais importantes discos da história do *rock*: *The dark of the moon*. (PATIÑO apud LIMA, 2003, p.90)

As referências bem-sucedidas mencionadas por Pereira Lima são todas de fora do Brasil. Em 2003, o autor considerava que o jornalismo literário nacional estava mais presente no meio acadêmico do que nas redações. E que a nossa imprensa correria sérios riscos se abandonasse essa modalidade de jornalismo. Quase 10 anos depois, o cenário pouco mudou – tirando o fato de que a internet reconfigurou por completo o modo de fazer e veicular informação.

O jornalista Ricardo Noblat embasou com estatísticas sua preocupação com a queda nas tiragens dos jornais nos últimos anos em seu livro *A arte de fazer um jornal diário*. Ele diz que, entre 2001 e 2002, os 15 maiores jornais brasileiros – responsáveis por 74% do volume total de exemplares vendidos no país – diminuíram sua circulação em 12%. Ou seja: deixaram de vender exatos 346.376 exemplares. “É como se uma edição inteira da Folha de São Paulo deixasse de circular”. (NOBLAT, 2006, p.14)

No mercado de revistas não é muito diferente, mas há uma exceção que merece ser entendida com mais cuidado. Sob o *slogan* “para quem tem um parafuso a mais”, a revista *piauí* (assim mesmo, com letra minúscula) se destaca hoje no mercado editorial como uma das poucas revistas brasileiras (se não a única) na qual se pratica o jornalismo literário – à semelhança de *Realidade* nos anos 1960 e 1970. Amparada pelas influências do novo jornalismo e pelo resgate proposto pelo *narrative writing*.

2.3. Jornalismo e literatura no Brasil: diálogo e tensão

Hoje jornalismo e literatura têm suas fronteiras muito bem definidas. E a questão palpitante gira em torno de como fazer do jornalismo mais atraente a um leitor desmotivado, recorrendo para isso a certos recursos estabelecidos e aceitos como característicos da ficção. Mas nem sempre foi assim, sobretudo no Brasil:

Uma vez demarcadas as fronteiras, a literatura será identificada com a alta cultura e o jornalismo com a cultura de massa. Esta separação será tão naturalizada que se esquecerá de que as duas atividades começaram juntas no Brasil, em 1808, quando finalmente foi permitida a publicação de impressos, com a vinda da Coroa Portuguesa. E também que a primeira se beneficiou enormemente da

segunda para sua difusão, em forma de folhetim, durante todo o século 19 e início do 20. (COSTA, 2005, p.14)

Foi nesta virada de século que o casamento entre imprensa e escritores se tornou mais visível. Enquanto os jornais precisavam vender, os autores queriam ser lidos. E a solução para o preço elevado dos livros acabou sendo dada pelos folhetins – romances publicados em capítulos na imprensa diária. Ao mesmo tempo, acrescenta Cristiane Costa, a década de 1840 marca a era das grandes tiragens e do jornalismo industrial – que foi buscar a mão-de-obra previamente qualificada justamente na literatura. Foi quando escritores como Machado de Assis, José de Alencar e Olavo Bilac começaram a escrever – além de seus romances – também outro estilo de texto para os jornais. A razão era básica: sobreviver em tempos de crise. (COSTA, 2005, p.41)

O dito jornalismo que esses primeiros escritores-jornalistas praticavam – baseado no modelo francês, que privilegiava a análise e o comentário em detrimento da informação – tinha muito em comum com as crônicas e os editoriais de hoje. O historiador Brito Broca conta que, à época, jornais como *Cidade do Rio* e *Gazeta de Notícias* – veículos conhecidos por acolher os literatos e a literatura – pagavam até 70 mil réis por seus textos.

Mas esse perfil de colaboração mudou com a chegada do escritor e jornalista João do Rio às redações com a sua “crônica-reportagem”, abrindo espaço para o jornalismo moderno. Cristiane Costa chama a atenção para o fato de Paulo Barreto – verdadeiro nome de João do Rio – circular pelos diversos bairros da cidade em busca da diversidade, descrevendo os ambientes, questionando as fontes e exercendo, enquanto repórter, curiosidade semelhante à dos leitores. “João do Rio soube, como poucos, se encaixar nessa nova imprensa e transitar entre os dois meios (o literário e o jornalístico) e mundos (o *grand* e o sub, do *bas fond* e o do pobre trabalhador). Como escritor, foi antes de tudo um jornalista”. (COSTA, 2005, p.42) Sobre esse contexto de transição, Broca comenta:

Os jornais, sem desprezar a colaboração literária, iam tomando um caráter cada vez menos doutrinário, sacrificando os artigos em favor do noticiário e da reportagem. As notícias de polícia, particularmente, outrora, mesmo quando se tratava de um crime rocambolês, não mereciam mais do que algumas linhas, agora passavam a cobrir largo espaço; surge o noticiário esportivo, até então inexistente, tudo isso no sentido de servir o gosto sensacionalista do público que começava a despertar. Consequência: facultando trabalho aos intelectuais, aos escritores, os jornais lhes pediam menos colaboração literária –

crônicas, contos ou versos – do que reportagem, noticiário, tarimba de redação (BROCA apud COSTA, 2005, p.42)

O papel do escritor no jornal deixava de ser nobre, de estrela. Agora – começo dos anos 20 – a exigência era outra: cuidar de reportagens, entrevistar, editar textos e chefiar redações. Foi como “jornalistas braçais que escritores como Graciliano Ramos, Carlos Drummond de Andrade e Oswald de Andrade levaram para a imprensa os preceitos de uma literatura moderna, muito antes que lides, sublides e pirâmides invertidas fossem copiados do jornalismo americano”. (COSTA, 2005, p.99)

As influências norte-americanas só chegaram ao Brasil nos anos 50, por intermédio de jornalistas que tinham viajado aos Estados Unidos, como Samuel Wainer, Danton Jobim e Alberto Dines. Eles trouxeram as técnicas do lide, da pirâmide invertida e da objetividade, semeando as condições para a profissionalização dos jornalistas – regulamentada por aqui em 1969. Ao mesmo tempo, jornais como *Última Hora*, *Diário Carioca* e *Jornal do Brasil* incorporavam os novos conceitos e começavam a se assumir como empresas comerciais.

A imprensa já não era mais vista como o caminho natural ao aspirante a escritor. Ao contrário: lutava contra inimigos de peso como a literatice, o beletismo, o adjetivo. Drummond tomava para si o trabalho de chefe da redação e Graciliano, o de copidesque – cargo rotulado por Nelson Rodrigues de “idiota da objetividade”. Aurélio Buarque de Holanda registrou na revista literária *Boletim de Ariel* que Graciliano escrevia “como quem passa um telegrama, pagando caro por palavra”. (COSTA, 2005, p.102) Ao cortar as gorduras do texto, ele fazia coro com o jornalismo que importávamos pouco a pouco da imprensa norte-americana.

Do lado de lá, Nelson se opunha às novas regras. Travestidas pela ditadura da objetividade, elas pretendiam fincar de vez as fronteiras entre jornalismo e literatura. Enquanto a imprensa se livrava dos excessos – que tinham feito a glória (e a miséria) da família Rodrigues –, o escritor resistia a todo custo à superação do jornalismo literário pelo standartizado. Na coluna de crônicas “A vida como ela é”, que assinava no diário *Última Hora*, optou por inventar os “fatos reais” que narrava – e se tornou o jornalista mais popular do Rio de Janeiro.

[...] para Nelson, o grande e irreduzível abismo entre a velha imprensa e a nova era a linguagem. E propunha: “Examinem duas manchetes – uma de 1908 e outra de 1967”. A primeira, além de enorme impacto

visual, era “um uivo impresso”. Sem o adjetivo, o jornalismo estava sendo “castrado emocionalmente”, acreditava, admitindo que o adjetivo era sua “tara estilística” (RODRIGUES, 1993, p.211 apud COSTA, p.128)

A verdade é que Nelson Rodrigues não reagia apenas a um modelo estilístico, mas a um conjunto maior de mudanças encarnado pelo novo jornalismo objetivo, pautado no corte de palavras – e também de espaço para o posicionamento crítico.

Sem dúvida, a imprensa brasileira na década de 50 foi abandonando uma de suas tradições: o jornalismo de combate, de crítica, de doutrina e de opinião. Essa forma de jornalismo convivia com o jornal popular, que tinha como características o grande espaço para o *fait-divers*, para a crônica e para a publicação de folhetins. A política da atualidade não estava ausente, mas era apresentada com uma linguagem pouco objetiva. (ABREU apud COSTA, 2005, p.126)

Foi exatamente esse tipo de percepção – de que a fórmula importada enquadrava não apenas a escrita, mas também o pensamento – que lançou ao jornalismo novos temperos, primeiro nos Estados Unidos e, por tabela, no Brasil. É então que a viagem no tempo começa. O trajeto: atravessar 30 anos na História da nossa imprensa. O destino: entender as trajetórias de duas grandes revistas nacionais que se propuseram a dosar os ingredientes – doces ou ácidos – do novo jornalismo. Exatas três décadas distantes, *Realidade* (1966-1976) e *piauí* (2006-) têm mais em comum do que se pensa.

3. *Realidade*: “a revista que faltava”

Ler uma reportagem de quatro décadas atrás como se fosse atual. É exatamente o que move os veículos inspirados no novo jornalismo. E foi justamente este o legado que nos deixou a revista *Realidade*, publicação mensal lançada em 1966 e (ainda hoje) moderna em alguns aspectos.

Há 46 anos, *Realidade* chegava às mãos de 250 mil brasileiros. Seus autores: seis ou sete jovens jornalistas, entre os 25 e os 30 anos, alguns com a barba por fazer e a roupa desgrenhada, outros em ternos de tecido inglês e camisas de puro algodão. O desejo: retratar – e sobretudo personificar, traduzir com histórias de vida – as necessidades e os desejos de um país em transformação, ainda cercado por muitos tabus. O destino de tamanha ousadia: todo o Brasil.

Todos os meses, conta José Marão no livro *Realidade re-vista*, esses jovens sonhadores circulavam pelas bancas de jornal do centro de São Paulo. Saíam da rua João Adolfo – onde ficava a redação da revista –, seguiam até a 7 de Abril e passavam pelas praças Dom José Gaspar, Ramos Azevedo e Xavier Toledo. (MARÃO, 2010, p.21) Tudo isso tinha um propósito que hoje em dia parece não caber na agenda de nossos periódicos: conversar com o leitor, sentir suas impressões, entender seus interesses, anseios – e transportar tudo isso para as edições futuras. Em quatro meses, a venda em bancas havia subido de 250 para 450 mil exemplares. A receita?

A revista mostrava um novo modelo de viver: mulheres com voz ativa na sociedade, escolas que ensinavam de maneira inteligente e livre, segundos casamentos e relacionamentos livres como coisa rotineira em outros países, povos que elegiam seus presidentes e, no interior, um país que tinha orgulho de suas raízes culturais [...] Fazia um jornalismo que não se conformava com a verdade oficial, que procurava olhar os vários lados possíveis de um mesmo tema. Trabalhou com temas mais permanentes; e não se prendeu aos casuísmos do noticiários do dia a dia. E seu texto, claro, não tinha o tom urgente da notícia, mas a calma da observação meticulosa. Inovou também no visual, na direção de arte, na fotografia. (MARÃO, 2010. p.23)

Por três anos (de 1966 até 1968, a chamada fase áurea da revista), os ingredientes se misturaram com perfeição. Daí a 1976, *Realidade* foi perdendo aos poucos o recheio, assemelhando-se às “fórmulas” de outras publicações, até fechar. Mas o que esteve, afinal, por trás de sua glória (e também de seu declínio)? O que significava escrever bons textos – no

estilo e no conteúdo, apurando com tempo e rigor – sob a vigília da ditadura? É o que este capítulo se propõe a responder, num passeio pelo Brasil dos anos 1960, pela redação da revista e sobretudo pelos prazeres e desafios dos profissionais que fizeram parte daquela *Realidade*.

3.1. Entre mudanças e tabus

Assim vivia o Brasil nos anos 1960: equilibrando-se entre questionamento político, liberdade sexual e lutas estudantis – de um lado – e o discurso conservador, preso a tabus e preconceitos – do outro. Enquanto isso o mundo, não muito longe, aderiu à contracultura, ao feminismo, revolucionava valores e comportamentos. Aplaudia os Beatles, o *rock'n roll* e o movimento *hippie*. Acompanhava as manifestações civis pelas minorias e os protestos da juventude contra o consumismo, a repressão política, a Guerra do Vietnã. *Realidade* assistia a tudo isso sem deixar um só acontecimento passar em branco.

As cartas dos leitores à redação dão uma amostra dos conceitos (e pré-conceitos) que moviam a sociedade à época – então dividida sobre essas questões em transformação no mundo. A reportagem “As suecas amam por amor” (publicada em abril de 1966), crítica à repressão sexual no Brasil, não agradou nem um pouco a médica Maria de Lurdes Morais, leitora de Santos, SP: “[...] sinceramente, não sei por que o brasileiro tem a mania de confundir realidade com imoralidade e usar o sexo como assunto de cartaz”.⁶ Já Ângela Fernandes, do Rio de Janeiro, elogiou: “[...] é um crime e uma farsa, nos países latinos, a maneira com este problema é encarado. Por favor, continuem abordando o tema. Com este pedido, estou expressando o pensamento de talvez 90% das jovens brasileiras, embora muitas não tenham coragem de demonstrar o que sentem”.⁷

O divórcio era outro assunto polêmico – e ganhou destaque como tema da “primeira grande pesquisa” de *Realidade*, lançada na edição de julho de 1966. Mais uma vez, os leitores se dividiram: “A separação conjugal é um câncer, que não pode ser curado e só prevenido. Quem casa deve estar ciente de que recebeu um sacramento indissolúvel”, escreveu Eduardo Breda, de São Paulo.⁸ Já o funcionário público aposentado Lauro de Queiroz, de Curitiba, defendeu a opção: “Quando o casamento fracassa, rui por terra, só o divórcio é a solução

⁶ Carta publicada na edição nº 2 de *Realidade*, em abril de 1966. Sobre a reportagem “As suecas amam por amor”.

⁷ Carta publicada na edição nº 2 de *Realidade*, em maio de 1966. Sobre a reportagem “As suecas amam por amor”.

⁸ Carta publicada na edição nº 5 de *Realidade*, em julho de 1966. Sobre a reportagem “Desquite ou divórcio”.

racional, moral e lógica. O desquite, como a lei brasileira faculta, é uma imoralidade, um erro grosseiro de direito”.⁹

Mas não era só o novo comportamento que acendia discussões. Também a política despertava o interesse dos leitores de *Realidade*, que acompanhavam (elogiavam e criticavam), atentos, a posição da revista a cada novo embate. Sobre o perfil de Jânio Quadros (publicado em maio de 1966), o leitor Aldo Machado, de Limeira, SP, disparou: “[...] *Realidade* gastou tempo, bom papel e trabalho gráfico perfeito para tratar do mais pernicioso e nefasto demagogo que já tivemos. Que Jânio continue sua “vida ascética” em Guarujá e deixe o Brasil em paz”.¹⁰ Davi Carlos Reis, do Rio de Janeiro, acusou a revista de defender a esquerda: “[...] tenho a impressão de que *Realidade* é francamente antiamericana e anti-religiosa, aparecendo nas suas páginas os mesmos disfarces esquerdistas de todos os tempos”.¹¹

3.2. Vista de perto

Realidade foi lançada pela Editora Abril em 1966 e circulou por dez anos, dedicada a cobrir o Brasil para o povo brasileiro. Refletia, inevitavelmente, as transformações culturais por que o país passava. Para a jornalista Marília Sclazo, tratava-se de “um tempo em que o Brasil precisava se conhecer melhor e *Realidade* ajudou o país a descobrir-se”. (SCALZO, 2006, p.17)

Como se sabe, cumpriu (muito bem) o seu papel. Oito vezes premiada, teve três edições esgotadas. Era a primeira vez no Brasil que as reportagens em profundidade – já exploradas pelas revistas *O Cruzeiro*, de 1928, e *Diretrizes*, de 1938 – mostravam traços do novo jornalismo importado de Tom Wolfe e Gay Talese.¹² A nova revista tinha, portanto, também ambições estéticas, que discutiremos ao fim deste capítulo.

Para o diretor da Abril, Roberto Civita, *Realidade* (que poderia ter sido batizada Veja ou Panorama – mas esses nomes já tinham dono) não copiou nenhuma outra revista – ela foi a primeira e a única. Por outro lado, permitiu-se inspirar pelos ensaios fotográficos da norte-

⁹ Carta publicada na edição nº 5 de *Realidade*, em julho de 1966. Sobre a reportagem “Desquite ou divórcio”.

¹⁰ Carta publicada na edição nº 3 de *Realidade*, em maio de 1966. Sobre a reportagem “Jânio, hoje”.

¹¹ Carta publicada na edição nº 2 de *Realidade*, em maio de 1966. Sobre a reportagem “Disfarce”.

¹² “*New Journalism* – A reportagem como criação literária”. Cadernos da Comunicação 7. Rio de Janeiro: Secretaria Especial de Comunicação Social da Prefeitura do Rio de Janeiro, 2003, p.47.

americana *Life* (1883-1936) e pelas entrevistas da jornalista italiana Oriana Fallaci (1929-2006), nome frequente nas páginas da revista desde seu lançamento. (CIVITA, 2003, p.54)

Seu plano editorial – elaborado por Paulo Patarra, redator-chefe da primeira fase da revista – era abrangente e ambicioso: cada edição deveria cobrir, em cerca de 12, 13 reportagens, de política a saúde, de religião a humor, de moda a esportes, de educação a espetáculo. Nenhuma publicação nacional tratava dos temas necessários ao país com tamanha qualidade, contextualização e ainda escrita de modo envolvente, com o estilo e o “charme” da literatura. Isso que seu nascimento sequer foi planejado, como conta Roberto Civita:

Em 1965, vimos que estava chegando a hora de os grandes jornais terem um suplemento dominical [...] cheguei a fazer os convites para a inauguração. Mas, quatro semanas antes dessa data, a *Folha* mudou de ideia. Fiquei arrasado. Fui falar com o VC (Victor Civita): “Já estou com a redação e o comercial montado. Que faço agora?” “Faz uma revista”, ele respondeu. “Uma grande revista mensal”. (CIVITA, 2003, p.53)

Civita, recém-chegado do exterior, assumiu o projeto – então contaminado, no melhor sentido, pelo espírito de transformação trazido de fora. “Não é possível o Brasil estar tão atrasado em relação aos outros países”, pensava. “Temos de questionar o que não faz mais sentido em pleno século XX.” (CIVITA, 2003, p.53) Com isso, a nova revista se tornava um espelho das angústias, dos interesses e desejos de seus produtores. E seu papel ficava cada vez mais claro: dizer as coisas que não eram ditas, fazer as perguntas que não eram feitas.

Um dos segredos estava nas pautas, que misturavam boas doses de criatividade (com temas ousados) e interesse social – e exigiam ingredientes pouco explorados pelas redações: tempo para apurar e escrever, pesquisa aprofundada e, o mais importante, vivência. Era preciso conviver com o entrevistado, ver a situação com os próprios olhos – como fez o repórter José Hamilton Ribeiro ao cobrir a Guerra do Vietnã, onde permaneceu por 30 dias. “*Realidade* já era a revista mais destacada do país. E, nesta condição, não poderia tratar do assunto mais importante do mundo, naquele momento, pelas mãos de terceiros [...] E lá fui eu”, conta. Ribeiro teve a perna esquerda mutilada ao pisar numa mina – e uma foto sua, tirada quando estava ferido, estampou a capa daquela edição, de maio de 1968, com a manchete “Nosso repórter viu a guerra de perto”.¹³

¹³ Paulo Chico. “Esta revista restou bem mais do que saudade.” *Jornal da ABI*, nº 366, edição extra. Rio de Janeiro: Posigraf, p.13, maio de 2011.

No geral as pautas não eram, assim, arriscadas, por mais que exigissem a tal vivência. E, embora houvesse uma censura a driblar, aponta Marão, ela não chegava a ser explícita. O que havia era uma cautela: “não era o caso de cutucar a onça com vara curta”. Não se podia, claro, dizer que o Brasil era uma ditadura. Mas fazer uma reportagem no Paraguai, sobre a ditadura de Stroessner, sim, podia. E assim, com essas saídas criativas, sem nunca ter ido para o confronto, *Realidade* firmou sua imagem de oposição. (MARÃO, 2010, p.27) Mais do que pela eventual resistência ao regime militar, ela se destacou mesmo foi pela influência que exerceu sobre o cotidiano brasileiro – na medida em que viveu e registrou as mudanças de comportamento que sacudiam o mundo e chegavam (ainda timidamente) ao país.

3.3. Uma revista de autores

Quando não estavam apurando, escrevendo ou fotografando, os repórteres de *Realidade* dividiam uma pequena sala no 12º andar da rua João Adolfo, nº 118. Espremiam-se na redação repórteres, editores de texto, o secretário de redação e o redator-chefe. Sérgio de Souza, Mylton Severiano da Silva (o Myltainho), Woile Guimarães, Paulo Henrique Amorim, Eduardo Barreto, José Hamilton Ribeiro e Roberto Freire formaram o primeiro time de repórteres. Jorge Butsuem, Geraldo Mori e Luigi Mamprin, o de repórteres fotográficos. As mulheres também deixaram sua marca. Desde o início, Micheline Gaggio Frank, Josete Balsa, Norma Freire e Laís de Castro tinham funções auxiliares e participavam da redação. A direção era de Roberto Civita.

Era um grupo de pessoas vindas de todos os lados e origens, reunidas por estranhas conjunções que, em circunstâncias normais, muito raramente acontecem. Havia uma união de propósitos, de formação e de esperanças. Ninguém sabia o que poderia acontecer. “Aconteceu” uma equipe dos sonhos, um *dream team*. Pelo menos, no *modesto* julgamente da própria equipe. (MARÃO, 2010, p.25)

Passava das 19h de sexta-feira – lojas fechando e bares abrindo – e o expediente naquela sala ainda estava a todo vapor. A cena é descrita no livro *Realidade re-vista*, de Marão e Ribeiro. Valia a pena tanto trabalho. Aqueles repórteres eram procurados e muito bem recebidos em qualquer lugar do país. Eram também bem remunerados, considerados “os melhores da praça” por quem recomendava ou contratava. (MARÃO, 2010, p.23) Mylton Severiano, à época revisor, recorda que o que ganhava dava para comprar um carro popular

zero por mês.¹⁴ Ao mesmo tempo, a revista se tornava rapidamente referência nas outras redações e até fora do Brasil, lembra Ribeiro: “Veio a notícia que, em Portugal, a revista tinha sido adotada em sala de aula como ‘livro de texto de português’”.¹⁵

Não à toa. O trabalho era longo – em geral, cada reportagem durava de um a três meses – e exigia muita dedicação. Elas começavam quase sempre na Biblioteca Municipal Mário de Andrade, próxima à redação, na Praça Dom José Gaspar Dutra. Primeiro era preciso levantar tudo o que houvesse de material sobre o assunto – para depois ir até o local acompanhar a situação de perto.

Se o tema fosse a situação do atendimento de urgência em hospitais, primeiro era feita uma pesquisa que abrangesse tudo: número de hospitais, de médicos de pacientes internados. Depois o repórter ia conhecer a situação do local: passar uma semana ou mais em um pronto-socorro para reunir os casos que mais chamassem a atenção. Na hora de escrever, algumas liberdades, que não deturpavam os fatos, podiam ser tomadas. Por exemplo, montar o texto em estilo narrativo, juntando aqueles casos como se tivessem acontecido em um só dia. O título poderia ser: “24 horas em um Pronto-Socorro”. (MARÃO, 2011, p.30)

Tudo isso era possível graças à periodicidade da revista, de circulação mensal. O que num primeiro momento poderia ser um obstáculo – a atualidade da notícia é uma das essências do jornalismo – acabou se tornando um trunfo. Com tempo, justamente o que faltava aos outros veículos, *Realidade* tinha o luxo de recontar, com enredos e personagens particulares, notícias já esmiuçadas pela mídia – que o fazia sempre de um mesmo ângulo.

Valorizava, assim, as histórias de gente comum, de personagens anônimos, reais, nos quais o leitor podia se projetar. *Realidade* trabalhou pouco com celebridades – a não ser em casos inevitáveis como espetáculos ou esportes. Ainda assim, sempre com uma abordagem diferente – no lugar de um perfil sobre Roberto Carlos, uma reportagem completa sobre a tendência musical do iê-iê-iê. (MARÃO, 2010, p.31)

Também o jeito de escrever era especial. Além de trabalharem a narrativa, explorarem diálogos e outros recursos que discutiremos melhor adiante, os textos preservavam ao

¹⁴ Paulo Chico. “Desta revista restou bem mais do que saudade.” Jornal da ABI, nº 366, edição extra. Rio de Janeiro: Posigraf, p.11, maio de 2011.

¹⁵ Cadernos da Comunicação 7. Rio de Janeiro: Secretaria Especial de Comunicação Social da Prefeitura do Rio de Janeiro, 2003, p.50. Trecho de depoimento dado por Hamilton Ribeiro ao jornal Unidade, ano 1, nº 8. Sindicato dos Jornalistas Profissionais do Estado de São Paulo, março de 1976.

máximo a individualidade e o estilo de cada repórter. Como declarou certa vez Paulo Patarra, “cada um escrevia do seu jeito. Não era que nem texto de *Veja* em que tudo é parecido. Era uma revista de autores. O leitor fanático lia a reportagem e sabia quem tinha escrito sem ver o nome do autor”. (MARÃO, 2010)

Era a primeira vez que surgia na imprensa brasileira a figura do editor de texto, no lugar do *copy-desk*. “Enquanto o *copy* reescrevia tudo, pasteurizando o texto, ao editor cabia aperfeiçoar a reportagem, sem desfigurá-la, sem tirar o toque pessoal e a sensibilidade do repórter que tinha ido lá no teatro dos acontecimentos”, recorda Ribeiro.¹⁶ Para dar ao texto esse toque, os repórteres escreviam de casa, longe do burburinho da redação. Com privacidade para criar, pegavam emprestadas as máquinas de escrever da redação – “velhas Studio 44, máquinas semi-novas da Olivetti, disponíveis, hoje, por 65 reais de Mercado Livre”, comenta Marão – e as devolviam com o texto pronto. (MARÃO, 2010, p.32)

3.4. A imagem também fala

Para contar suas histórias de outros ângulos, *Realidade* não investia apenas num bom texto, mas também em boas imagens. Em suas páginas, o fotógrafo (e o *designer*) passou a dividir com o jornalista a responsabilidade pela construção do discurso, tornando-se efetivamente um fotojornalista e falando, ele também, em primeira pessoa, como explica Melo: “No caso específico da fotografia, falar em primeira pessoa significa abordar o assunto a partir de uma visão particular. Tal qual o profissional do texto, o fotógrafo mergulha no assunto da reportagem e emerge com o retrato filtrado pelo seu ponto de vista”. (MELO, 2006, p. 150) É o que reforça o fotógrafo Walter Firmo, que integrou o time da revista quando ela era, ainda, um projeto:

O fotógrafo tinha a iniciativa de pautar seus ensaios como quisesse, buscando outras luzes, libertado de um ponto de vista *déjà vu*, introduzindo no leitor uma nova paixão de apreciar o belo aliado à notícia. Ali, na *Realidade*, participei do nascimento do ensaio fotográfico durante as reportagens.¹⁷

¹⁶ Marcos Stefano. “A arte dos fatos.” Jornal da ABI, nº 366, edição extra. Rio de Janeiro: Posigraf, p.25, maio de 2011.

¹⁷ Paulo Chico. “Desta revista restou bem mais do que saudade.” Jornal da ABI, nº 366, edição extra. Rio de Janeiro: Posigraf, p.15, maio de 2011.

Relacionar visual e conteúdo era uma busca obstinada dos editores de texto e de imagem. Textos e fotos tinham que ter um senso de unidade, provar que eram parte de um só trabalho. No miolo da revista, a diagramação mais seca logo orientava o olhar do leitor para o que havia de mais importante visualmente: a relação texto-imagem. Firmo conta que ele e o repórter já saíam da redação com o personagem principal da reportagem na cabeça, sem pressa – tinham, pelo menos, 15 dias para concluir o trabalho. “O fotógrafo de *Realidade* era um estrela, as fotografias compravam o olhar do leitor”, lembra.¹⁸

Por isso, encontrar o título certo para a foto certa, uma tarefa comum em qualquer revista, ali era um trabalho exaustivo: “o nível de exigência, criado pela própria equipe, era muito alto”. (MARÃO, 2010, p.33) Outra preocupação era a capa. Ao contrário das revistas semanais, que estampavam com frequência imagens de mulheres bonitas, *Realidade* usava sempre o tema de uma das reportagens, com destaque para retratos, figuras humanas. Para Melo, também as capas tinham um tom “narrativo”, para além do registro puro e simples dos fatos:

Realidade chega às bancas em abril de 1966. Na capa, Pelé, orgulho nacional, vestindo o chapéu dos guardas da rainha da Inglaterra. A imagem antecipa o perfil da nova publicação: não apenas o indefectível retrato, obrigatório na capa de qualquer revista dirigida a grande público, mas um retrato que já traz embutida uma narrativa. O tema dessa narrativa [...] revela outra faceta importante da revista: a incorporação de elementos ficcionais na prática jornalística. (MELO, 2006, p.147)

Um dado curioso: dos oito fotógrafos de *Realidade*, apenas dois eram brasileiros. Para Melo, a escolha (ou coincidência) explica o “frescor” das imagens impressas nas páginas da revista – vistas por um olhar estrangeiro, de estranhamento, e por isso capaz de re-conhecer o país.

3.5. Dez anos narrando o Brasil

Realidade não imitou qualquer publicação internacional, mas acabou incorporando, inevitavelmente, (boas) referências de novas escolas do jornalismo mundial. O novo

¹⁸ Mônica Maia. “A imagem do jornalismo moderno.” Revista de Comunicação – Ano 5, nº 18, 1989. Disponível em: < http://www.revcom.com.br/rc/Menu_MDC_Realidade_Monica-Maia.htm>. Acesso em: 27 de abril 2012.

jornalismo, vivo nos Estados Unidos, começava a se denunciar também nas páginas da publicação brasileira, como nota Rodolfo Konder, que foi redator e repórter da revista:

Sem dúvida, a revista representou no Brasil a chegada do chamado *new journalism*, que pregava o casamento do jornalismo com a literatura, nos moldes dos que produziram Truman Capote, Norman Mailer e Tom Wolfe. Por aqui, isso teve grande influência na formação da geração de jornalistas da época – e mesmo para a revisão das coberturas, ou do modo como elas eram feitas. A partir do padrão estabelecido pela *Realidade*, os profissionais da imprensa passaram a cobrar de si mesmos textos mais bem elaborados.¹⁹

Não se pode afirmar que os jornalistas brasileiros se apropriavam desses recursos na intenção de praticar, conscientemente, o novo jornalismo. É mais provável que tenham passado a explorá-los desafiados pela necessidade de romper com os padrões jornalísticos vigentes – quase uma exigência em meio à tensão que o Brasil vivia à época. Se a situação político-cultural do país representava um desafio à linguagem jornalística, também a narrativa tinha que encarar sua própria revolução, conforme reflete o repórter José Maria Mayrink:

Lead e sublead em parágrafos corridos, entretítulos a cada 20 linhas, a matéria seguida, à risca, a técnica da pirâmide invertida, que teoricamente permitia cortar o texto pelo pé, sem maior prejuízo. Era uma boa regra, mas funcionava então como uma camisa-de-força, da qual só consegui me libertar muitos anos mais tarde, a partir de 1968, na revista *Veja* e no *Jornal da Tarde*. (MAYRINK apud FARO, 1999, p.65)

Em *Realidade*, esse “estalo” aconteceu sobretudo entre os anos 1966 e 1968, quando a perspectiva pessoal do jornalista sobressaiu como uma marca nos textos. Cada reportagem, segundo Faro, apresentava-se como uma história recriada a partir de impressões, pontos de vista, da descrição de comportamentos, estados psicológicos, composições ambientais e painéis de sensações, dosados por uma linguagem que flutuava entre a narrativa ficcional e a narrativa jornalística. (FARO, 2003, p.60)

Para entender como eram construídos os textos em *Realidade*, desafiamo-nos a identificar, em algumas reportagens, cada um dos quatro recursos que Tom Wolfe enumerou como marcas do novo jornalismo. São: o ponto de vista, a reconstrução cena a cena, o registro

¹⁹ Marcos Stefano. “A arte dos fatos.” *Jornal da ABI*, nº 366, edição extra. Rio de Janeiro: Posigraf, p.14, maio de 2011.

de diálogos e a caracterização aprofundada do personagem. Evidente que eles funcionam conjugados. Para a análise, no entanto, vamos destacá-los individualmente, em trechos específicos da narrativa.

3.5.1. O olhar do repórter

Em *Realidade*, o uso da primeira pessoa “ora é dominante, ora é acessório, intercala-se com o ponto de vista do personagem e se mistura com o uso dos verbos da terceira pessoa”. (FARO, 2003, p.60) Está presente em quase todas as reportagens. Pois se para escrever é preciso vivência, nada mais autêntico que narrar a própria.

Um dos exemplos mais marcantes do uso da primeira pessoa – inclusive já mencionado neste capítulo – é o da experiência do repórter José Hamilton Ribeiro na Guerra do Vietnã, na reportagem “Eu estive na guerra”, publicada em maio de 1968. Ribeiro se tornou uma espécie de símbolo da cobertura jornalística: ao testemunhar o conflito e ser diretamente atingido por ele, sua experiência virou o ingrediente principal da narrativa, sem que fosse preciso apelar a qualquer recurso. (FARO, 1999, p.219) Para falar da guerra, bastava relatar sua vivência, em primeiríssima pessoa, como jornalista e vítima. E foi o que fez:

Ouçõ uma explosão fantástica. É um tuimmm interminável, que me atravessa os ouvidos de um para o outro lado, dá-me uma sensação de grandiosidade. Sinto-me no ar, voando [...] Uma cortina espessa de fumaça bloqueou-me toda a visão. Tive a certeza, então, de que a bomba tinha explodido a alguns metros de mim [...] Um segundo após me senti no chão, sentado [...] Foi aí que senti a perna esquerda. Os músculos repuxavam para a coxa com tal intensidade que eu não me equilibrava sentado. Para não cair, rodopiava sobre mim mesmo, em círculos e aos saltos. Instintivamente, levei as duas mãos para ‘acalmar’ a minha perna esquerda, e foi então que a vi em pedaços [...] A perna direita, empapada de sangue, parecia ferida, mas estava com a perna da calça e com a bota – senti certo alívio. (FARO, 1999, p.219)

O recurso também está evidente no texto “Eu vivi o racismo nos EUA”, de Sérgio de Souza, publicada na edição de setembro de 1968. Trata-se de um depoimento sobre o preconceito que sofreu na pele – ele e um fotógrafo negro, George Love – em Selma, cidade do Alabama, ao sul dos Estados Unidos. Morando com uma família de negros por um mês, sentiram o mesmo medo e a mesma segregação. Segue um trecho, narrado na reportagem toda escrita em primeira pessoa por Sérgio:

Fomos a um consultório médico, o Dr. Grayson. Nós íamos acompanhados de Rose, uma moça preta da cidade [...] “Não há ninguém aqui agora”, respondeu a mulher, “mas em dez minutos deve chegar a recepcionista”. Ficamos parados, sabíamos que ali era *a sala de espera dos brancos*. A mulher olhou-nos: “Aqui é a sala dos brancos. Vocês podem acomodar-se na dos pretos, ali nos fundos”. A velha falou aquilo com a maior naturalidade. E era uma preta. (MARÃO, 2010, p.216)

3.5.2. Construindo o personagem

O uso da terceira pessoa, por outro lado, exige conhecer o personagem – e aí entra em cena o recurso que esmiúça o sujeito física e emocionalmente, como se faz na literatura. Registram-se hábitos, roupas, gestos e outras características simbólicas. A ideia é envolver o leitor numa atmosfera que lhe desperte identificação e familiaridade.

Neste quesito se encaixa a reportagem “Coronel não morre”, narrada por Ribeiro, na edição de novembro de 1966. O texto é um perfil de Chico Heráclito, típico coronel do interior do Nordeste. O repórter passou dez dias em sua casa, acompanhando sua rotina, seus contatos com jagunços, eleitores (inclusive mulheres) e até exercícios de tiro. Retratou assim, nota Marão, “sem nenhum adjetivo, até com simpatia, um homem frio, autoritário, capaz de tudo, em atitudes sempre disfarçadas por falsa generosidade”. (MARÃO, 2010, p.50) Cada detalhe é revelado num texto fluente e essencialmente descritivo, que se encarrega de ir revelando aos poucos o personagem – seja por sua fala ou visão de mundo:

Às sete da manhã já o coronel está em seu gabinete – a varanda da casa [...] Entra Maria das Flores, acompanhada de duas meninas. Vem para acertar as contas: “O movimento está bom, coronel. Já alistamos 1.500 só em Carpina. Estas duas moças também são eleitoras, uma tem 16, a outra 17 anos, mas nós aumentamos a idade...” “Aumentou as duas pra 18, foi?” “Foi” “Oxente, Maria, tu feiz as duas irmã ficá gêmeas...” (MARÃO, 2010, p.51)

[...] Sua proteção aos perseguidos pela Polícia é famosa [...] “Criminoso mata numa briga, por questões de honra ou em legítima defesa, onde também podia ter morrido. Assassino mata por perversidade ou para roubar. Esse não presta. (MARÃO, 2011, p.60)

Mas a reportagem em que Ribeiro mais inovou na linguagem foi “Eu sou João, homem sem leitura”, publicada em setembro de 1970. Conta a história de um pedreiro analfabeto e sua rotina na cidade grande. Inspirado pelo psicanalista e jornalista Roberto

Freire, o repórter usa uma linguagem simples e emocionada, aproximando o leitor da vivência do personagem. Para isso, narra a história do pedreiro João de Souza em primeira pessoa – mas na voz do próprio personagem (e explora aqui também o fluxo de consciência). A tarefa exige profundo conhecimento do entrevistado, pesquisa e, claro, vivência. É desta forma que o repórter revela, com autenticidade incomum, as angústias, os medos, desafios e sonhos de um João desconhecido ao país:

Meu nome é João de Souza, mas falam João Baiano. Nem eu nem a mulé não temos registro [...] Trabalhar eu comecei deusde novo, deusde pequeno [...] Um dia a polícia veio em casa e me prendeu porque eu tava com um facão [...] Ele chamou o promotor e um advogado e os três ficaram muitas horas falando comigo para eu assinar um contrato que eu ficava na fazenda como agregado. Foi a única vez na minha vida que adiantou alguma coisa eu não ter leitura. Disse que não podia assinar porque eu não sabia, então deixaro para o dia seguinte, quando ia fazer ficha e assinar com o dedão. (MARÃO, 2010, p.310-315)

3.5.3. Descrevendo o ambiente

É como o repórter – que testemunhou determinado contexto – reconstrói a cena para o leitor. O jornalista Rodolfo Konder acompanhou o dia a dia de sete monges italianos para a reportagem “Sós, com Deus”, publicada em 1970. Passou uma semana na abadia, dormiu numa cela, comeu sua comida e observou seus hábitos.

Para situar o leitor, inicia o texto narrando o ritual no mosteiro:

Ainda está escuro quando os monges se levantam, às 5 horas da madrugada. Dez minutos depois, saem das celas, vestidos de batina branca, com uma espécie de avental negro – o escapulário –, sapatos e meias pretos. Cabeça baixa, em silêncio, atravessam enormes corredores sombrios e desertos. Encontram-se no claustro, mas não se cumprimentam: só podem falar depois das 7 horas.²⁰

O mesmo fez o repórter Eurico Andrade na reportagem, de dezembro de 1967, “A cidade vai comer”, sobre o problema de abastecimento que (já naquela época) São Paulo enfrentava devido a seu gigantismo. O repórter – nordestino, tinha visto a miséria de perto e

²⁰ Rodolfo Konder. “Sós, com Deus.” In: Cadernos da Comunicação 7. Rio de Janeiro: Secretaria Especial de Comunicação Social da Prefeitura do Rio de Janeiro, p.66, 2003.

considerava a economia determinante de todo o resto que acontecia na sociedade – constrói o cenário já na abertura, amparado pela interação de personagens secundários, que dão vida à narrativa:

Uma hora da manhã. O caminhão de banana encosta no centro de abastecimento da cidade grande junto a outros 40, todos carregados. A maioria veio do litoral paulista, o maior produtor nacional. O motorista bate a porta e já está saindo, quando um velho, com jeito caipira saca no ombro, o interpela: “Cinquenta?” Isto significa que o velho é um comprador e está oferecendo cinquenta cruzeiros novos por uma tonelada de banana. O motorista, que também é o dono da carga acha pouco [...] (MARÃO, 2011, p.297)

3.5.4. Conversas em cena

O uso de diálogos também foi bastante explorado em *Realidade*. Na reportagem “Uma vida por um rim”, publicada em dezembro de 1966 e assinada por Ribeiro, o repórter detalha os bastidores do que foi o primeiro transplante de rim no Brasil. Ele lembra que não foi fácil convencer a equipe de médicos de que o jornalismo de *Realidade* seria capaz de escrever sobre o transplante de maneira simples – e sem erros. Para isso, foi combinado que os médicos leriam o texto antes de ser divulgado. Nele, Ribeiro acompanha o drama de Walter Menezes de Oliveira – desde a busca por um doador até a recuperação da cirurgia. Nesta saga, vai apresentando os conflitos por meio de uma série de conversas entre os personagens, como mostra esta passagem:

“Você sabe o que significa viver com um rim só? Sabe que o menor acidente a que você se exponha depois, que afete o seu rim restante, significa a sua morte? Você tem ideia do risco cirúrgico que envolve uma operação dessas? Você sabe que, depois desse sacrifício todo, seu irmão pode morrer? Que transplante pode não pegar?” Tadaró não é muito de falar. E já tinha pensado muito naquilo tudo, desde Curitiba [...] responde firme, sorrindo: “Eu topo. Tenho certeza de que viverei muito bem com um rim só, como dezenas de milhares de pessoas no mundo. E, mesmo que fosse para ficar aleijão, eu toparia assim mesmo. (MARÃO, 2010, p.232)

Outra reportagem que explora o recurso dos diálogos é “Pobre menina miss”, assinada por Marão em agosto de 1966, denunciando inconveniências nos bastidores dos concursos de beleza. Para escrevê-la, o repórter se hospedou no mesmo hotel onde se concentravam as misses, o Serrador, no Rio de Janeiro:

Na sexta-feira do ensaio geral, já é feito o primeiro concurso. De repente, aparece um cidadão, distribuindo papeizinhos em branco para os fotógrafos. ‘Olha, é para escolher a miss mais fotogênica.’ ‘Já ou depois do ensaio?’ ‘Já.’ ‘Mas como, se eu não sei como elas vão sair nas fotos?’ ‘Ah, que é isso? Coloca qualquer nome aí rapaz’.
(MARÃO, 2010, p.181)

3.6. O adeus precoce

Apesar de toda a originalidade e irreverência nos temas e na forma de tratá-los – indo sempre direto à fonte –, o sucesso de *Realidade* infelizmente não durou muito. Já em 1969, em certa medida castrada pelo AI-5 – já havia a presença dos censores nas redações –, a revista começou a perder leitores. “A década de 1970 foi muito cruel com as publicações que ousavam desrespeitar as recomendações do regime militar”, lamenta Sérgio Cabral, então editor da revista. “Vivi as experiências de *Pasquim* e *Realidade* para saber que é muito difícil uma publicação sobreviver com independência na ditadura”.²¹

Para Civita, a censura atrapalhou, sim, embora não mais que a auto-censura que a equipe se impôs depois da apreensão do nº 10, de janeiro de 1967. Com manchetes como “Eu me orgulho de ser mãe solteira”, “Assista a um parto até o fim” e “Confissões de uma moça livre”, a edição especial foi acusada de “obscenidade” e “ofensa à honra da mulher”. (CIVITA, 2003, p.55) O clima de insegurança e de medo que se instalou na sociedade brasileira mostrava que o projeto de uma narrativa jornalística não teria condições de ser mantido. (FARO, 2003, p.62)

Em dezembro de 1968, depois de muitas brigas, internamente e com a empresa, quase todos pediram demissão. Como se não bastasse, no mesmo ano a Abril lançou a revista *Veja*. Para Civita, o jornalismo se transformava: com a TV em cena e a aceleração das notícias provocada por ela, os leitores pareciam não ter mais tempo para dedicar três horas à leitura de uma revista mensal, ávidos que estavam por muita informação em pouco tempo. “Nossas reportagens eram feitas com um, dois, três meses de antecedência. A periodicidade mensal não casa bem com o mundo em que vivemos”, justifica. Mas logo pondera: “A reportagem de uma pessoa só, individual, em profundidade, com o sabor e a presença do repórter, faz falta hoje. Tanto que há uma tendência mundial de uma volta dessa personalização nas matérias assinadas.” (CIVITA, 2003, p.56)

²¹ Paulo Chico. “Desta revista ficou bem mais do que saudade.” Jornal da ABI, nº 366, edição extra. Rio de Janeiro: Posigraf, p.13, maio de 2011.

Ainda se tentou manter acesas as luzes do 118 da João Adolfo por mais tempo. Em meio a idas e vindas – alguns repórteres das antigas retornaram numa segunda fase, mas os tempos eram mesmo outros –, a empresa decidiu transformar de vez a receita: reduziu o tamanho da revista e tentou implantar uma fórmula editorial parecida com a da *Seleções* do *Readers Digest*. Novamente não deu certo e *Realidade* fechou de vez em março de 1976.

1. *piauí*: “para quem tem um parafuso a mais”

Uma revista dedicada a contar boas histórias, atenta à forma, armada de sátira e ironia para os debates que lhe interessam. Em certa medida anárquica, independente do noticiário e das editoriais fixas. Sem assunto proibido, mas com a exigência de que fatos sejam também histórias – necessariamente narradas, para (muito) além da enumeração costumeira. Foi como João Moreira Salles, idealizador da *piauí*, definiu sua “cria” em 2007²², cerca de nove meses após a revista chegar às bancas – em outubro de 2006 – e vender, já na edição de estreia, 35 mil exemplares.

Nada mal. Especialistas haviam previsto, meses antes, números bem menos animadores: no máximo 12 mil leitores por mês. Mas nem dois anos depois, no primeiro semestre de 2008, ela já somava mais de 15 mil assinantes, segundo dados liberados pela revista no mesmo ano em edição especial aos anunciantes. E o alcance não parou aí: pesquisas de mercado feitas à época pela Ipsos Marplan – nas quais a *piauí* figura desde janeiro de 2008 – revelaram que cada edição da revista é lida por mais de 80 mil pessoas, a maioria com alto poder aquisitivo e ensino superior.

Mas qual o segredo da *piauí*, para explicar a imediata adesão desses leitores? Que histórias e personagens dividem, a cada mês, as cerca de 80 páginas de 26,5 x 34,8 cm – quase o dobro do formato das revistas convencionais? Como é fazer esse jornalismo que exige tempo – de apuração e leitura – quando todos correm contra o relógio? Questões como estas são o motor deste capítulo, que se propõe a analisar a revista *piauí* do momento em que é pensada (e escrita, em estilo narrativo envolvente) até chegar às mãos do leitor.

4.1. O Brasil da *piauí*

Como a experiência de *Realidade* deixou claro, revistas representam épocas, são como retratos do próprio tempo. Assim Marília Scalzo avalia a importância deste tipo de publicação, que se equilibra na fronteira entre o jornal e o livro desde 1663 – quando foi lançada, na Alemanha, a primeira revista de que se tem notícia. (SCALZO, 2006, p.19) Daí ser possível compreender muito dos hábitos, das modas, da história e cultura de um país folheando suas revistas. Também por isso elas só funcionam se estiverem em perfeita sintonia com seu tempo.

²² Entrevista concedida por João Moreira Salles ao programa da TV Câmara “Sempre um Papo, em 2007. Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=P8V5QnHAlmo>>. Acesso em: 13 de maio de 2012.

Revistas são consideradas história viva. A maioria dos registros visuais que o mundo tem dos séculos 19 e 20 vêm de suas páginas, primeiro em forma de ilustração, depois com a fotografia. Revistas refletem a sociedade do seu tempo – as mudanças políticas, econômicas, sociais, os novos comportamentos e as inovações. Não se pode imaginar o desenvolvimento dos séculos 19 e 20 sem a participação das publicações periódicas – os jornais e as revistas (ALI apud SOUZA, 2012, p.145)

Com a *piauí* não seria diferente. Como toda boa revista, portanto, ela reflete os conflitos políticos, culturais e sociais do Brasil do nosso tempo. Um país democrático, economicamente estável, que elegeu (e reelegeu) um operário presidente, reduziu a miséria e o desemprego. Mas retratado também por escândalos de corrupção, leis engessadas e impunidade. Com uma imprensa dita livre, porém amarrada a interesses de todo tipo. O Brasil da diversidade cultural e ambiental, do caos nos aeroportos e dos hospitais sem remédios. Dos 15 salários aos deputados e dos professores mal pagos. E que, ao menos pelos próximos seis anos, estará sob os holofotes (e a vigilância) do mundo inteiro, sediando Rio + 20, Jornada Mundial da Juventude, Copa do Mundo e Olimpíadas.

4.2. Herança não assumida

Reflexo do próprio contexto, sim, mas também herdeira de outras publicações. Foi, afinal, absorvendo conceitos e características de revistas-referência que a *piauí* chegou à sua própria identidade. Salles declarou que a nova revista não pretendia ser um novo *Pasquim*, uma nova *Veja* ou *Realidade*, mas que tinha sido influenciada por todos eles. “A *piauí* é uma revista de hoje, tentando entender o seu tempo”, resumiu.²³ De fato a nova revista é singular. Sobretudo porque conta boas histórias, focada, sim, na informação, mas sem determinados filtros (redutores) usados com certa frequência pelo jornalismo. E nesse ponto tem muito em comum com *Realidade* – cujo exemplo, se não a influenciou diretamente, no mínimo encorajou seu projeto narrativo, livre do lide e da pirâmide invertida.

Mas, apesar da semelhança com a brasileira dos anos 1960, quem merece o título de musa inspiradora da *piauí* é a norte-americana *The New Yorker* – a mesma que publicou os

²³ Entrevista concedida por João Moreira Salles ao programa da TV Câmara “Sempre um Papo”, em 2007. Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=P8V5QnHAlmo>>. Acesso em: 13 de maio de 2012.

artigos de Hersey e Capote. Lançada em 1925 pelo jornalista Harold Ross, a publicação, hoje quinzenal, reúne numa mesma edição ensaios, reportagens de fôlego, quadrinhos e poesia – mistura que, volta e meia, tempera com doses de humor e ironia.

A admiração, que virou influência – ainda que não declarada –, está presente numa série de escolhas e particularidades da *piauí*. A começar pelo toque de humor, um de seus carros-chefes – Salles²⁴ admite buscar uma revista bem escrita e sobretudo capaz de divertir seu público. Depois vem a mistura de temas e estilos – característica que, na *piauí*, Salles²⁵ chama “anarquia”, dificuldade de definir uma linha editorial. Isso sustentado pela ausência de editorias fixas – a *New Yorker*, em 1946, dedicou uma edição inteira ao ensaio de Tom Hersey sobre Hiroshima. E pela semelhança entre algumas retrancas e editoriais: a seção “esquina” – que abre a *piauí* com cerca de sete textos de cerca de seis mil toques, feito crônicas – lembra *The Talk of the Town*, da revista norte-americana.

Os projetos gráficos também se parecem. As capas são quase sempre ilustradas, nada óbvias e com sentido próprio – não necessariamente vinculadas às manchetes. No caso da *New Yorker*, essa irreverência está inclusive registrada na coletânea *Blown covers*, que resgata ilustrações que não chegaram a ser publicadas na revista, além de capas polêmicas assinadas por artistas de renome como Art Spiegelman, Robert Crumb e Barry Blitt.

A checagem dos fatos, num tempo em que cruzar informações é luxo, também está entre as prioridades de ambas. O *fact-checking*, como é chamado na imprensa norte-americana, foi aplicado na *New Yorker* em 1965 no caso Capote, quando um chegador profissional foi enviado ao interior do estado de Kansas para verificar a consistência dos fatos do célebre *A sangue frio*.

Para preservarem as fronteiras entre fato e ficção, vários órgãos de imprensa, como a revista *New Yorker*, estabeleceram departamentos de *fact-checking*. No Brasil, a revista *Veja* fez o mesmo, criando um grupo de “checadores”. O medo da contaminação deu origem à “*prosecutorial editing*”, ou edição cética, um método que checa linha por linha, as afirmações e os fatos do repórter, como um promotor num interrogatório. (COSTA, 2005, p.283)

²⁴ Entrevista concedida por João Moreira Salles ao programa da TV Câmara “Sempre um Papo”, em 2007. Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=P8V5QnHAlmo>>. Acesso em: 13 de maio de 2012.

²⁵ Idem

A revista norte-americana é até hoje reconhecida pela checagem extremamente rigorosa. Infelizmente no Brasil não há quase mercado para esse profissional – requisitado sobretudo nos anos 80, quando uma série de denúncias começou a ameaçar a credibilidade dos jornais. Treinado para evitar que mesmo os equívocos sutis passem despercebidos, o checador trabalha para conferir datas, nomes, declarações e todo tipo de informação que seja possível confirmar.

O cuidado se adequa perfeitamente às necessidades de *The New Yorker* e *piauí*, que investem alto em reportagens mais longas, de apuração atenta. E que optam pela tensão narrativa no lugar do velho lide, resgatando as marcas do jornalismo literário. Foi o que fez Joseph Mitchell em *O segredo de Joe Gould*, perfil que publicou na *New Yorker* em 1942 (e depois virou livro) sobre a saga de um literato maltrapilho, anônimo tipo nova-iorquino que tinha o projeto de escrever o que chamou de “História oral do nosso tempo”. Mitchell conviveu com ele por anos, acompanhando cada detalhe de sua vida – que depois narrou como a uma história, sem se preocupar com regras ou número de linhas. Proposta semelhante à da *piauí*, que também é reconhecida pela qualidade (e intensidade) de seus perfis.

Para Salles, no entanto, soa pretensioso comparar as publicações: “A *New Yorker* é o resultado de um momento específico do jornalismo americano: um grupo extraordinariamente talentoso de escritores oriundos de diversas partes do mundo encontraram-se na cidade que, àquela altura, já tomava o lugar de Paris como centro da vida literária mundial. Isso não se reproduz em lugar nenhum”. E reafirma que a *piauí* é uma revista nova, inventada do zero – e sua graça é justamente essa. Com (apenas) boas referências, como *Realidade*, *New Yorker*, *Senhor*, *Pasquim*, *Opinião*. “Toda revista que conseguiu exalar o ar do seu tempo conseguiu porque foi original”, arremata Salles.²⁶

4.3. Cinco anos de “anarquia”

A *piauí* é uma revista mensal, que cobre assuntos variados para um público que lê por prazer – 84% dele pertencente à classe AB e 67% com curso superior. Assim se explica o *slogan* “para quem tem um parafuso a mais”. Com tiragem entre 53 e 60 mil exemplares, vende, em média, 35 mil revistas por edição, incluindo as 19 mil assinaturas. É produzida pela Editora Alvinegra e distribuída pela Abril. Custa R\$ 14,00 (até janeiro custava R\$ 12,00) e é

²⁶ Entrevista concedida por João Moreira Salles ao site “Digestivo Cultural”, em dezembro de 2006. Disponível em: <<http://www.digestivocultural.com/entrevistas/imprimir.asp?codigo=8>>. Acesso em: 11 de maio.

impresa em papel especial – pólen soft 70 g, produzido especialmente para a nova publicação por facilitar a leitura. Circula por todos os estados do país, chegando a até 13 mil cidades. E assim se definiu, em 2008:

Na *piauí*, jornalistas e escritores têm o tempo necessário para investigar e escrever, livres das urgências do jornalismo diário. A revista oferece aos repórteres a chance de descobrir histórias diferentes ou ângulos inéditos de histórias já conhecidas. Apura com rigor e escreve com clareza. Trata dos temas atuais, mas não tem a pressa de chegar primeiro à notícia de última hora. Por isso, pode apresentar os assuntos com mais substância e menos adjetivos. (REVISTA PIAUÍ, 2008, p.3)

Era esse tipo de jornalismo (ou jeito de escrever) que Salles, como um bom leitor, esperava encontrar nas revistas brasileiras – e, por não achá-lo em nenhuma, decidiu criar ele mesmo. Nasceu então a *piauí*, assim batizada pela sonoridade da palavra, cheia de vogais – um nome pelo qual é fácil “se afeiçoar”.²⁷ Interessada, desde o berço, em cobrir todos os cantos do Brasil – inclusive o estado do Piauí. Uma revista que “se esgota em si mesma”, ou seja, cuja leitura não é necessariamente utilitária, que se lê por puro prazer.²⁸ Porque traz histórias bem escritas e (muito) bem apuradas.

Por isso é também uma revista mais lenta. No tempo de apurar – que pode durar meses – e de ler. E, por tabela, no tempo de publicar, ou atualizar, determinado assunto. Ao contrário dos jornais e das revistas semanais, a *piauí* não tem pressa. “A gente pode dar uma notícia quatro meses depois – desde que conte a história de modo diferente do que já foi contado”, justifica Salles²⁹. E mostra, num exemplo atual, como isso seria possível:

A gente pode falar do acidente da Gol, por exemplo, no próximo número, ou no seguinte. É uma história já velha de um ano, quase. Mas se a gente puder ter a história definitiva (...) Como é que o cara da Gol recebeu o telefonema? Ele estava em casa? Estava dormindo? Chorou quando recebeu a notícia? Saiu de casa de pijama? Entrou no carro? Ele foi para uma sala de crise? Como é que é essa sala de crise? Como é que se avisam as pessoas que os seus parentes morreram?

²⁷ Lilia Diniz. “*piauí*, uma revista sem gravata”. Observatório da Imprensa. Publicada em 03/10/2007, na edição 453. Disponível em: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/piaui_uma_revista_sem_gravata>. Acesso em: 26 de maio de 2012.

²⁸ Entrevista concedida por João Moreira Salles ao programa da TV Câmara “Sempre um Papo”, em 2007. Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=P8V5QnHALmo>>. Acesso em: 13 de maio de 2012.

²⁹ Idem

Você pode fazer isso na *piauí*. Essa matéria interessa, mesmo um ano depois.³⁰

Essa “lentidão”, incomum no jornalismo, Salles trouxe do documentário – seu ofício há mais de 20 anos, por influência do irmão Walter Salles. No documentário, ele diz, o que importa não é a informação, a notícia, os fatos e as estatísticas. Mas a experiência, os personagens, o jeito de falar sobre determinado tema, de contar a história. É por isso que na *piauí* não há assunto proibido. Só são mesmo vetadas as grandes teorias e generalizações, sustentadas por números, na voz já desgastada de especialistas. “Nossa opção editorial é simples: falar de tudo, de política a odontologia. Se um autor for capaz de tornar uma reportagem sobre cáries interessante, ela será publicada na *piauí*”.³¹

O segredo é ir contando a história aos poucos, sem lide e sublide, por meio de certa tensão narrativa – como fez, por exemplo, Paula Scarpin na reportagem “Baraquio Bama” (na edição de maio de 2011), em que mostra como um adulto analfabeto sobrevive na cidade grande. Para além de entupir o leitor de informações frias referentes ao número de analfabetos no Brasil, importa conduzi-lo para o drama de Antônio Bonfim – cearense de Guaraciaba, 41 anos, quinto de oito irmãos, duas filhas – na hora de ler os pedidos, registrados por escrito, no restaurante onde trabalha, em Copacabana. A repórter até provoca uma reflexão mais geral sobre o ensino no Brasil. Mas encarnada na experiência real de um personagem, de carne, osso e uma história muito particular.

O mesmo jogo narrativo – e sobretudo a mesma “lentidão” – vale para os perfis. Para escrevê-los, os repórteres acompanham o entrevistado pelo tempo que for preciso, dentro ou fora do país. Refazem suas rotinas, como vivem e trabalham. E ocupam o espaço necessário – os textos, na *piauí*, têm o tamanho que precisam ter. Tudo para que o resultado seja uma reportagem de fato singular sobre a pessoa retratada. Foi o que fez o repórter Bernardo Esteves ao construir o perfil do físico carioca Luiz Davidovich (publicado em outubro de 2011), ao qual se dedicou por cerca de três meses, depois de entrevistar – além dele, por quase 10 horas – 14 pessoas, entre amigos e colegas de trabalho. Ou o próprio Salles, para retratar de modo ímpar o ex-presidente Fernando Henrique Cardoso (na edição de agosto de 2007), tarefa que lhe tomou 11 dias numa saga por sete aeroportos e dois continentes.

³⁰ Entrevista concedida por João Moreira Salles ao programa da TV Câmara “Sempre um Papo”, em 2007. Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=P8V5QnHAlmo>>. Acesso em: 13 de maio de 2012.

³¹ Idem

O diferencial é o afincamento com que eles são investigados, em pesquisas que podem durar meses e resultam em textos longos, com nível de detalhe impressionante [...] Para compor o perfil de Dilma, o repórter Luiz Maklouf Carvalho entrevistou mais de 70 pessoas. Com o caseiro Francenildo, Moreira Salles conversou 20 vezes, além de ter lido cerca de 2.000 páginas de relatórios policiais e assistido à íntegra todas as sessões da CPI dos Bingos nas quais algum envolvido aparecia. Os perfis projetam um foco humano e, por que não, muitas vezes até banal sobre personagens públicos que pouco conhecemos na intimidade.³²

É por esse conjunto de características – atípicas no jornalismo convencional – que a *piauí* não tem um perfil editorial definido. Trata do aquecimento global, dos mendigos de Ipanema, da urbanização das favelas do Rio e da popularidade de Lula. É uma revista de texto, mas também de imagem. Traz quadrinhos e dossiês fotográficos. Reportagens, ficção e poesia. Faz perfis de políticos – seja ele FHC, Tiririca ou Marcelo Freixo –, artistas, economistas e cientistas.

O que importa é que a história seja bem escrita e que o conjunto seja interessante: temas mais sérios ao lado de histórias em quadrinhos, brincadeiras tolas com matérias ao longo de meses, textos breves ao lado de textos longos. O segredo está nessa combinação de assuntos e tons. (REVISTA PIAUÍ, 2008, p.9)

Também não há editoriais fixas – apenas cinco seções (“chegada”, “despedida”, “esquina”, “cartas” e “diário da Dilma”) aparecem em todas as edições. Assim Salles pensa evitar que a revista se torne refém dos mesmos temas todo mês – impedindo também que os repórteres encarem as seções como suas. Por outro lado, as poucas editoriais fixas da revista lhe dão certa identidade. A primeira delas, “chegada”, é a abertura da *piauí*. Por edição, traz uma reportagem de uma página sobre algum acontecimento do mês. Na seção “esquina”, sete histórias curtas – sobre assuntos de todo tipo, feitas crônicas – são narradas com boa dose de originalidade. Já o “diário da Dilma” satiriza – de forma leve e humorada – a agenda política da presidente. “Cartas” – seção editada pela revista – reúne correspondências enviadas pelos

³² Morris Kachini. “*piauí* reúne em livro a nata de seus perfis políticos.” Observatório da Imprensa. Publicada em 03/08/2010 na edição 601. Disponível em: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/piaui_reune_em_livro_a_nata_de_seus_perfis_politicos>. Acesso em: 2 de junho de 2012.

leitores. Por fim, “despedida” – em oposição a “chegada” – fecha a edição com um assunto que tenha sido discutido no mês anterior.

A revista também tem seu espaço na internet. Além de reproduzir o conteúdo das edições anteriores, tem seis blogues sobre assuntos variados e uma coluna de humor, *The piauí Herald*, que responde por 30% da audiência do *site*. Publicada originalmente na versão impressa, pela primeira vez em 2007, logo ganhou uma versão mais factual na internet. Trata-se, em resumo, de uma paródia da imprensa nacional: escândalos políticos, eventos esportivos, figuras públicas, solenidades mundiais – tudo está na mira do humor refinado do “*blog do diário mais elegante do país*”.

4.4. Endereço de sucesso

No quarto andar da rua do Russel 270, no bairro da Glória, Rio de Janeiro, cerca de dez repórteres dividem, confortáveis, uma sala ampla e bem iluminada. Nada do aperto ou do agito das redações de jornal e das revistas semanais. Sobre suas mesas, o computador divide espaço com jornais, livros e revistas – entre elas a *New Yorker*, que, ao lado de estrangeiras como *London Review of Books* e *New Left Review*, costuma circular pela redação. Na sala ao lado, duas diagramadoras pensam o projeto gráfico da revista, enquanto a secretária de redação cuida de tudo o que é preciso (de produção e burocracia) para que as pautas aconteçam. Num terceiro ambiente, os quatro editores trabalham os textos e editam seções específicas. Embora com “fronteiras” definidas, as três salas são interligadas por dois portais, que agregam os ambientes e facilitam o trânsito de ideias.

João Moreira Salles divide a edição com Dorrit Harazim e Marcos Sá Correa. Quem ocupa a direção é Fernando de Barros e Silva, que assumiu desde fevereiro o posto por cinco anos ocupado por Mario Sergio Conti – agora repórter. Assinam como repórteres fixos Bernardo Esteves, Carol Pires, Clara Becker, Consuelo Dieguez, Daniela Pinheiro, Dayse Tavares Barreto, Kátia Regina Silva, Lilian Mitsunaga, Luiza Barbara, Maria Cecília Marra, Paula Cardoso, Paula Scarpin, Raquel Freire Zangrandi, Renato Terra e Tiziane Paladini.

Desde o início, havia a ideia de misturar as gerações. Deixar os experientes conviverem com os aventureiros. Todo número contará com essa mistura, que eu realmente acho muito saudável. A escolha foi feita sob o critério da qualidade e da originalidade. Quem tinha

coisas novas a dizer, ou dizia coisas velhas de maneira nova, foi convidado a participar.³³

Em geral, são os próprios jornalistas que sugerem as pautas que vão tocar – para Conti, é dessa forma que resultam em reportagens mais interessantes. Começa então o trabalho na rua, em busca de informações, personagens, ambientes e detalhes de todo tipo. A cartilha da *piauí* determina que o repórter deve sair da redação para apurar, “ver com os próprios olhos”. Já escrever é permitido de casa – o importante é que o produto final tenha qualidade. Enquanto está apurando, ele já situa a equipe da arte, que vai começar a trabalhar as imagens da página a partir desta troca de ideias sobre a pauta. A maior parte das ilustrações vem de fora, exceto as das seções “diário da Dilma” e “esquina” – sempre assinadas pelos mesmos artistas: Caco Galhardo e Andrés Sandoval, respectivamente.

Profissionais de outras áreas – músicos, atores, médicos, humoristas – também têm seu espaço na *piauí*, como colaboradores. Já contribuíram nomes como Rubem Fonseca, Ney Matogrosso, Ferreira Goullar, Marcelo Madureira, Sérgio Sant’anna, Daniel Galera, Fabrício Carpinejar, Nelson Sargento, Oliver Sacks e Fernanda Torres, assinando textos feito colunas.

É nesse ambiente (e com essa equipe) que a *piauí* produz, todo mês, uma média de oito grandes reportagens de cerca de 40 mil toques. Mas é claro que a maior parte do trabalho acontece fora daí, na rua, no ambiente do personagem. Como, aliás, manda o jornalismo da *piauí* – ou seria novo jornalismo?

4.5. Como contar bem uma história

Jornalismo literário, novo jornalismo, tensão narrativa – o nome é o que menos importa. Salles explica: “O bom texto nada mais é do que uma história bem contada. E histórias bem contadas nunca saem de moda. A *piauí* busca isso: temas interessantes contados com verve, drama, tensão narrativa e que empreguem um vocabulário que exceda cem palavras”.³⁴ A dica está dada. O desafio agora é entender o que realmente está por trás deste jeito tão especial de a *piauí* contar suas histórias.

A literatura se faz com imagens comestíveis que, depois de comidas, circulam no sangue. Literatura é feitiçaria que se faz com a alquimia

³³ Entrevista concedida por João Moreira Salles ao site “Digestivo Cultural”, em dezembro de 2006. Disponível em: <<http://www.digestivocultural.com/entrevistas/imprimir.asp?codigo=8>>. Acesso em: 11 de maio.

³⁴ Idem

do sangue. [...] Eucaristia é antropofagia [...] Quem lê bebe o sangue de quem escreveu. O ritual da leitura é como a eucaristia, uma refeição antropofágica. (ALVES apud SOUZA, 2012, p.170)

Como fizemos no capítulo anterior, aqui também recorreremos ao pai do novo jornalismo e seus quatro recursos-base para se “contar bem uma história”. Seguindo a análise feita em *Realidade*, cabe-nos identificar também nos textos da *piauí* cada um desses artifícios: o ponto de vista, a reconstrução cena a cena, o registro de diálogos e o de características do personagem.

4.5.1. O olhar do repórter

Mergulhar na cabeça do personagem, retornar à primeira pessoa, brincar com o ponto de vista – é assim que funciona este primeiro recurso. Em reportagens narrativas, é permitido – e, às vezes, aconselhável – o repórter aparecer na história, interagir com o entrevistado, mostrá-lo de carne e osso e, com isso, “palpável” ao leitor.

Esse tom se denuncia, sutil, na reportagem de Ivan Sant’anna sobre o acidente com o Boeing da Gol – na realidade uma edição de trechos do livro *Perda Total*, lançado em 2011. No texto “Cadeia de erros” (publicado em junho de 2011), o repórter relata o que se passou dentro da aeronave antes da queda e revela os bastidores das investigações. Num dado momento, deixa transparecer a figura – por trás do relatório jornalístico – do próprio Ivan: “Gostaria de encerrar a narrativa deste episódio mostrando o desfecho, na Justiça, dos processos, cíveis e criminais, relativos às personagens e às instituições envolvidas no desastre”. (REVISTA PIAUÍ, junho de 2011, p.46)

O mesmo acontece – de forma mais explícita – na reportagem “Transfiguração”, publicada originalmente na *New Yorker* pelo repórter Raffi Khatchadourian – e reproduzida na *piauí* em abril de 2012, com tradução de Mariana Varella. Nela, o repórter narra a história de Dallas Wiens, norte-americano que teve o rosto destruído por uma descarga elétrica e se submeteu a um transplante de face. Em momentos específicos, Raffi interage com Wiens – e assume a primeira pessoa – como neste trecho:

No final do verão, visitei Wiens na casa de seus avós, em Fort Worth: uma casa modesta, de tijolos, pintada de creme. Quando cheguei, um fotógrafo de uma publicação cristã estava lá para fotografar Wiens e Scarlette tomando chá no jardim dos fundos. Wiens parecia cansado, mas havia se barbeado com um barbeador elétrico e estava sentado à

mesa enquanto a filha brincava em volta dele. (REVISTA PIAUÍ, abril de 2012, p.61)

4.5.2. Construindo o personagem

O título dado a este tópico remete mesmo a uma história de ficção, na qual personagens têm seu perfil traçado, hábitos e gostos definidos. De alguma forma, também é assim que o jornalismo narrativo trabalha – reportando ao leitor todo tipo de informação que possa lhe ajudar a construir (ou polir, caso ele já tenha) a imagem do entrevistado.

Justamente o que faz a repórter Paula Scarpin na reportagem “Gurizinho vira ídolo” – publicada em janeiro de 2012 – sobre a nova rotina do *pop star* Luan Santana. Ao reproduzir cenas cotidianas, ela vai traçando o perfil do jovem cantor, sem precisar de adjetivos para caracterizá-lo: ““Eu juro que nunca imaginei que ia fazer tanto sucesso, e tão rápido”, disse Luan Santana entre colheradas de cereal Nescau Ball com leite Ninho, num voo entre Ipatinga, no coração de Minas Gerais, e Montes Claros, no norte do estado.” (REVISTA PIAUÍ, janeiro de 2012, p.42)

Noutro momento, a repórter descreve as tarefas do secretário do cantor, Roberval Lelis, que, em meio à correria das viagens, encomenda o almoço e passa a ferro as trocas de roupa do jovem.

Antes de ir para o quarto, Roberval Lelis combina o cardápio do almoço que, para Luan, corresponderá à primeira refeição do dia. Como o cantor frequentemente muda de ideia em cima da hora, Lelis se defende encomendendo dois pratos diferentes (ele comerá aquele que o patrão dispensar). Em Ipatinga, Luan escolheu filé executivo e Lelis pediu estrogonofe como plano B. No dia seguinte, a poucos minutos da chegada da refeição, Lelis acordou o cantor e, enquanto Luan tomava banho, fez as malas e pôs a mesa. Luan preferiu o estrogonofe. (REVISTA PIAUÍ, janeiro de 2012, p.44)

O mesmo recurso é usado por Renato Terra para construir o perfil da humorista Dani Calabresa, na reportagem “Gargalhada, teu nome é mulher”, publicada em outubro de 2011. A comediante, conhecida por fazer graça num meio predominantemente masculino, é descrita por ela mesma – por sua postura politicamente incorreta, que dosa piadas e palavrões. Terra explora, entre outros, um destes episódios:

De tanto abaixar e levantar, ela pediu a Talita Werneck, com quem contracenava [no programa Comédia MTV, da emissora]: “Esse

negócio de ficar sem malhar está me fazendo um mal danado. Fiquei agachada atrás dessa mesa e veja como minha bunda está tremendo. Coloca a mão para sentir.” Sem hesitar, Talita espalmou a mão na nádega direita de Dani, que a orientou: “Não, menina, desce um pouquinho.” (REVISTA PIAUÍ, outubro de 2011, p.60)

4.5.3. Descrevendo o ambiente

Descrito o personagem, resta caracterizar o ambiente por onde ele circula, incluindo as cenas que protagoniza. Este recurso, conjugado aos demais, permite que o leitor complete em sua mente a narrativa que está posta no papel. É uma forma de se familiarizar com a situação apresentada.

Essa estratégia é das mais presentes nas reportagens narrativas. Busca-se desenhar o cenário para depois inserir nele os personagens. Marca sobretudo o começo dos textos, como acontece em “Os Alquimistas”, reportagem de Bernardo Esteves – publicada em setembro de 2011 – sobre a maior acusação de fraude científica do Brasil. Assim ele abre o texto:

O gabinete de Denis Lima Guerra lembra uma sala de estar. Há mais objetos de decoração do que livros. São tapetes, relógios, retratos, bibelôs, almofadas por todo canto e dois sofás, além da cadeira *über* ergométrica do professor. Há um aparelho de som, adega e frigobar. Nas paredes, quadros, reproduções e fotos de Veneza e Paris. Uma tabela periódica discreta e modelos de plástico de moléculas orgânicas lembram que se trata do ambiente de trabalho de um pesquisador de alto nível da área de engenharia química. (REVISTA PIAUÍ, setembro de 2011, p. 49)

A repórter Clara Becker repete a fórmula no perfil que assina na edição de maio deste ano sobre o deputado federal Tiririca. E entrelaça a descrição do ambiente com a do próprio personagem:

Em Brasília, Tiririca mora num apartamento funcional de quatro quartos, na Asa Sul. Não mexeu na decoração de móveis padronizados em tons de bege fornecidos pela Câmara. A enorme televisão tela plana e um videogame foram suas únicas aquisições. Pequenos quadrinhos de flores nas paredes da sala, colocados por sua mulher, a atriz Nana Magalhães, dão um toque mais pessoal ao ambiente. A primeira coisa que Tiririca fez ao chegar em casa foi se livrar do paletó de veludo cáqui, da camisa pólo roxa, da gravata verde, da calça jeans e dos sapatos de bico fino imitando couro de crocodilo, que usa sem meias”. (REVISTA PIAUÍ, maio de 2012, p.42)

Num tom um pouco diferente, falando sobre um tema mais árido e que – por ser quase que inteiramente desconhecido ao leitor – exige de fato descrição detalhada, o repórter Marcos Sá Correa se aventura a relatar a vida de quem trabalha dentro dos túneis da represa de Itaipu. Sob o título “Há luz no fundo de Itaipu”, o texto – publicado em julho de 2010 – descreve as medidas e os perigos da barragem, onde o operário Luiz de Lima se arrisca há 33 anos:

Como um endoscópio falante, de capacete na cabeça e planilha nas mãos, no mínimo três vezes por semana ele examina as entranhas da represa, tendo de um lado o reservatório com 29 bilhões de metros cúbicos de água e vinte tubos com 10,5 metros de diâmetro que envolvem o arcabouço de concreto, e caem do outro lado na boca das turbinas, depois de ganhar velocidade num escorrega de 142,2 metros. Transitar por ali é como explorar uma caverna. A barragem tem 7.744 metros de comprimento, emendando paredes de argila, pedregulho e concreto. No trecho principal, foram cravados durante a construção 2.383 sensores e 5.239 drenos, para medir as deformações da estrutura e escoar as infiltrações inevitáveis. Todos são verificados regularmente. (REVISTA PIAUÍ, julho de 2010, p.46)

4.5.4. Conversas em cena

O último recurso é o do registro de diálogos, que reforçam a reconstrução cena a cena citada acima. Como defendeu Wolfe, ele completa o envolvimento do leitor – que passa a ser testemunha do fato, à medida que acompanha os acontecimentos de um ponto de vista privilegiado. Além, é claro, de definir o entrevistado com mais rapidez e precisão.

João Moreira Salles usa o recurso como aliado na construção de “O Andarilho” – já citado perfil de Fernando Henrique Cardoso, publicado em agosto de 2007. Ao reproduzir o breve diálogo entre ele e um pesquisador brasileiro – estudante de pós-doutorado nos Estados Unidos, interessado em voltar ao Brasil –, Salles desnuda facetas pouco conhecidas do ex-presidente (com direito a algumas considerações pessoais):

“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 entendo nada 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. Ferrante

sorriu: “É verdade, no momento a minha a área não é a mais popular”. O ex-presidente se acomodou na cadeira e passou a responder. Falou sem nenhuma pompa. (Ferrante descreveria o encontro como uma “conversa de cozinha” que lhe trouxe “a sensação de paz interior”).³⁵

Consuelo Dieguez lançou mão do mesmo recurso na reportagem “Acossados”, publicada em março deste ano, sobre a perseguição do Exército ao casal de sargentos que se assumiram *gays*. No relato sobre o dia do julgamento, ela explora os diálogos ao reconstituir uma sequência de cenas protagonizada pelos oficiais:

Os dois foram conduzidos por um militar até uma sala com pé-direito de quase 3 metros, iluminada por luz fria, com uma pequena abertura gradeada no alto da parede. [...] Laci provocou: “O que é isso? Estamos nos porões da ditadura?” O militar fingiu não ouvir. Pouco antes das nove, Marcio Palma, advogado do sargento, entrou na sala. Tinha o semblante preocupado. Falou pouco e avisou que seu cliente não assistiria ao julgamento. “É para o seu próprio bem”, disse. “Vamos evitar tumulto.” (REVISTA PIAUÍ, março de 2012, p.17)

Interessante notar que o estilo narrativo da *piauí* – entre a ficção e a realidade – não passa despercebido ao olhar atento de seus leitores. Duas cartas em especial mostram o que eles pensam desta disposição de se aventurar por um espectro da escrita que corre o risco de soar, para alguns, menos jornalístico:

A sensação que se tem ao ler a matéria “Gritomudonomuro”, de Bernardo Esteves (*piauí*_65, fevereiro) é a de que se está diante de um roteiro de filme, ou de um tema para romance. Uma das qualidades da revista é escavar por entre as ocorrências do cotidiano até encontrar histórias incríveis, que mais parecem ficção, e por não serem ficção soam mais interessantes ainda. (FLÁVIO SANTOS DE SOUZA, Volta Redonda, RJ)³⁶

Tenho percebido uma característica constante em várias entrevistas, detalhes relativamente desnecessários, como por exemplo: “Ele cortou a fatia do pão em dois pedaços”, ou então “A juíza disse enquanto dava a primeira garfada de seu suculento prato, temperado com salsas ao molho vinagrete”. Tais comentários apenas enchem “linguiça”, perdem o foco e tornam a leitura cansativa [...] (MARCELO DE BRITO VALADARES, Palmas, TO)³⁷

³⁵ “O Andarilho”, de João Moreira Salles. Revista *piauí*, edição n° 68, de agosto de 2007. Disponível em: <<http://revistapiaui.estadao.com.br/edicao-11/poder-passado/o-andarilho>>. Acesso em: 25 de maio.

³⁶ Carta “Ficção” publicada na revista *piauí*, edição n° 67. Rio de Janeiro: Alvinegra, abril de 2012, p.78.

³⁷ Carta “Vinagrete” publicada na revista *piauí*, edição n° 67. Rio de Janeiro: Alvinegra, abril de 2012, p.78.

4.6. Mudanças à vista

Em outubro, a *piauí* comemora o seu sexto aniversário. E enquanto se prepara para a festa, adapta-se a uma série de mudanças – num primeiro momento, sutis – decorrentes da chegada de Fernando de Barros e Silva, que desde fevereiro substituiu Mario Sergio Conti na função de diretor de redação.

A entrelinha da revista aumentou alguns milímetros – o propósito é facilitar a leitura –, a seção “esquina” passou a ser assinada – para valorizar os colaboradores –, a dinâmica das reuniões de pauta se formalizou – antes, cada repórter levava a sua, em particular, até o diretor, autorizado a bater (ou não) o martelo. É possível que também o tom da publicação passe por algumas reformas, mas ainda não se pode afirmar. A narrativa, porém, parece resistir, ilesa, nas páginas da *piauí*, cada vez mais sólida aos olhos dos leitores – e dos anunciantes.

Fica, aqui, em meio às transformações por que passa a revista – e a imprensa – algumas reflexões: até que ponto a *piauí* poderia ceder, ou adaptar sua proposta, sem abrir mão dos valores lá do início? Sem abandonar o estilo e sobretudo a qualidade que fizeram dela referência no jornalismo? Como alavancar vendas e manter anunciantes sem ter de se enquadrar nas fórmulas massificadas do mercado? Como, afinal, permanecer igual – e diferente?

Difíceis questões, para as quais as respostas se elaboram dia a dia. Que o exemplo de *Realidade* – respeitadas, é claro, as (muitas) diferenças que limitam a comparação – lance uma luz ao caminho a ser (ou não) seguido.

5. Um reencontro do jornalismo literário brasileiro

Em setembro de 1970, Hamilton Ribeiro assina “Eu sou João, um homem sem leitura”, reportagem já mencionada neste trabalho. Escrita em primeira pessoa, conta a história de um pedreiro analfabeto e sua rotina na cidade grande. O cenário é São Paulo e o sujeito, João de Souza. Quatro décadas e um ano depois, Paula Scarpin narra na reportagem “Baraquio Bama”, desta vez em terceira pessoa, como o caixa de restaurante Antônio Bonfim sobrevive em outra cidade grande, o Rio de Janeiro.

Sim, *Realidade* e *piauí* têm interesses em comum, ainda que 30 anos distantes. No mínimo, visões bastante próximas sobre reportagem, narrativa, Brasil – e sobre como misturá-los, dosando cada elemento, num texto jornalístico.

A pergunta que persiste é: que marcas da publicação dos anos 1960 foram preservadas, no jornalismo brasileiro, ao longo do tempo? O que mudou? Aventuramo-nos neste capítulo a pontuar semelhanças e diferenças entre *Realidade* e *piauí*, a partir de dois perfis políticos: “Este é o camarada Prestes” (de Luís Carlos Prestes, em 1968) e “O estranho do ninho” (de Marcelo Freixo, em 2012).

Lembrando que não se trata de uma comparação pura e simples (já que há muitas particularidades em jogo, como a história do país, a postura da sociedade e o espaço dado à própria imprensa), mas de uma relação mais abrangente, que tem como alvo o jornalismo. Em especial o jornalismo narrativo (incluindo todo o processo de construção da narrativa), praticamente deixado de lado pela imprensa brasileira por três décadas.

5.1. Política nas páginas de *Realidade* e *piauí*

A retranca política – em meio à variedade de temas explorados pelas duas revistas – se destaca por três principais motivos. Primeiro: era, em *Realidade*, e é, em *piauí*, tratada com prioridade. Segundo: traz à tona, nas duas revistas, aspectos novos da cena brasileira, em geral reveladores, ainda não noticiados pelos demais veículos. Permite conhecer a fundo personalidades, para além da imagem já manjada frente às câmeras. O trecho abaixo, do livro *Vultos da República*³⁸, dá uma ideia de como isso funciona na *piauí*:

Fernando Henrique Cardoso prefere mala de cor berrante e não guarda canhoto de cartão de crédito. José Dirceu fica “louco sem um

³⁸ “*Vultos da República*: os melhores perfis políticos da revista *piauí* – Vários autores” (Companhia das Letras, 2010).

hidratante”, não passa em frente a um espelho sem conferir o visual e tem em casa um quadro pintado por José Sarney. Dilma Rousseff confessa uma única tristeza na vida, a de não ser pintora. José Serra já foi “o galã das meninas” e nunca se sentiu tão bem quanto no palco, como ator. E Marina Silva só escreve com lapiseira e em letra de forma. Detalhes sem importância? Nem tanto, quando se trata de compor um bom perfil jornalístico – gênero em que a revista *piauí* vem se esmerando desde o primeiro número, de outubro de 2006.³⁹

Enquanto a publicação dos anos 1960 marcava (ainda que cautelosa) oposição ao regime militar, assumidamente preocupada com questões de interesse social, a dos anos 2000 tem se encarregado de resgatar – sob outros ângulos – um tema hoje desgastado, em geral limitado a noticiar denúncias e cobrir eleições.

O terceiro motivo pelo qual a política se destaca nas duas publicações está ligado justamente à própria sociedade – e cultura – brasileira. Sobretudo hoje, pouco engajada. Insatisfeita, porém acomodada. E que, ao menos por essas revistas, se via e se vê chamada ao combate – ou, no mínimo, à conscientização.

5.1.1. Oposição, ontem e hoje

Os dois perfilados de *Realidade* e *piauí* têm em comum o posicionamento político, de declarada oposição. Prestes como representante do PCB (Partido Comunista Brasileiro) e Freixo como integrante do PSOL (Partido Socialismo e Liberdade), partido de esquerda fundado em 2004 por dissidentes do PT (Partido dos Trabalhadores). Freixo também é alvo – tal qual era Prestes, em contexto diferente – de perseguições e ameaças de morte, no seu caso pela atuação contra as milícias no Rio de Janeiro.

Em dezembro de 1968, *Realidade* estampava a capa da edição 33 com uma ilustração do rosto de Prestes, acompanhada da manchete: “Este rosto não existe mais – Entrevista exclusiva com Luís Carlos Prestes”⁴⁰. Assinado por Paulo Patarra, o perfil de 14 páginas do político – à época na clandestinidade – explora não só o perfil de uma personalidade, mas também a situação política do país sob a ótica dos comunistas. (FARO, 1999, p.157) A edição foi para as bancas no mês em que o governo militar impôs o AI-5, suspendendo de vez as (poucas) normas legais que ainda regulavam a vida civil no país.

³⁹ Trecho da sinopse de *Vultos da República* (Companhia das Letras, 2010). Disponível em: <http://www.companhiadasletras.com.br/detalhe.php?codigo=13017>. Acesso em: 6 de junho de 2012.

⁴⁰ Paulo Patarra. “Este é o camarada Prestes.” Revista *Realidade*, edição n° 33, p.38, dezembro de 1968.

Já o destaque dado ao perfil de Freixo – reportagem principal da edição 67 – na capa da *piauí* foi relativo. Sem qualquer imagem do político – as ilustrações de capa não costumam fazer referência direta às manchetes –, resumiu-se à chamada, em caixa alta: “De olho nele – Dorrit Harazim segue Marcelo Freixo, que é seguido pelas milícias”.⁴¹ A jornalista acompanha, na reportagem de 10 páginas, o dia a dia do deputado estadual – e do cidadão – Marcelo Freixo, atual candidato à prefeitura do Rio de Janeiro, a cerca de seis meses das eleições municipais.

5.1.2. O “camarada” e o “estranho do ninho”

Na abertura da reportagem sobre seu encontro com Prestes – “a mais estranha entrevista da curta história de *Realidade*”⁴², – Patarra explora um lide-cena. Neste primeiro momento, trabalha sobretudo a descrição do ambiente e dos personagens:

O carro subiu uma ladeira e foi parando. O homem magro, de chapéu e cachecol, tinha ficado em silêncio as últimas duas ou três horas. Ele fumava muito, o que me permitiu observá-lo um pouco, enquanto acendia seus cigarros [...] estávamos na parte de trás do veículo, talvez uma perua Ford, inteiramente fechada – que tinha uma abertura, entre a cabina e o interior, coberta por uma cortina escura que deixava passar o ar, mas quase nenhuma claridade. Com o carro parado, o homem me disse apenas para fechar os olhos, ao mesmo tempo que – sem que eu esperasse – jogou a luz de uma lanterna no meu rosto [...] No sofá, bem no meio do sofá, havia alguém sentado. Quando olhei para lá, o homem do sofá ficou de pé – cerca de 1 metro e 65 centímetros, magro, rosto fino de traços pouco visíveis a uns quatro metros de distância. Ao meu lado, alguém que eu ainda não vira, corpulento e baixo, me disse com um leve sotaque nordestino, falando baixo e pausado: “Este é o camarada Prestes”. (REVISTA REALIDADE, 1968, p.39)

No perfil de Freixo, Dorrit também abre o texto com uma cena de apresentação dos personagens. Além de descrever o cenário, ela explora os diálogos para situar o leitor. E registra a data dos encontros para auxiliar a narrativa:

Março de 2012_ “Não gosto de frescura. Vamos falar sério, sem galinhagem. Que loucura é essa?” Sentado numa poltrona parruda

⁴¹ Dorrit Harazim. “O estranho do ninho.” Revista *piauí*, edição n° 67, de abril de 2012, p.28.

⁴² Paulo Patarra. “Este é o camarada Prestes.” Revista *Realidade*, edição n° 33, p.38, dezembro de 1968.. Consultada em microfilme na Biblioteca Nacional.

com um laptop no colo, o dono da casa, Marcelo Yuka, dirige a pergunta ao xará. Instalado num trio de cadeiras conjuminadas, arrematadas de um cinema, Marcelo Freixo precisava ser convincente e persuasivo na resposta [...] Marcelo Fontes do Nascimento, o Yuka dos tempos da banda O Rappa, deixou Freixo concluir o arrazoado antes de se pronunciar. Paraplégico há quase doze anos, em razão dos tiros que o acertaram quando tentou impedir um assalto na Tijuca, Yuka jamais havia recebido proposta tão inesperada em seus 46 anos de vida. “O Gabeira vai te apoiar?”, pergunta Yuka. A resposta é não. “O PV deve lançar a deputada Aspásia Camargo com a justificativa de que na Conferência Rio + 20 a cidade precisa ter uma candidatura verde para prefeito. Mas acho que é outra coisa, é para não nos apoiar”, explica Freixo [...] Na sua primeira eleição legislativa, em 2006, o niteroiense Freixo pousou na política fluminense como um estranho. Passados seis anos, aprendeu muito, mas mudou pouco – continua adepto do voo livre e solo, ao qual se junta quem quiser. (REVISTA PIAUÍ, 2012, p.29)

Os trechos denunciam a preferência dos dois jornalistas por descrever uma situação a que assistiram de perto (no caso de Dorrit) ou mesmo viveram (no caso de Patarra) para apresentar seus perfilados. Ambas – apesar da detalhada narrativa, com reprodução da cena em sequência – não demoram a localizar o leitor nos espaços descritos. E logo identificam seus alvos: o “camarada” e o “estranho do ninho”.

5.1.3. Um rosto ou um partido?

Patarra conduz a narrativa ao ritmo da conversa – que dura não mais que algumas horas. Narra, em tempo real, sua chegada à sala escura – depois de uma viagem de carro, de olhos vendados – onde se encontra com Prestes (com a condição de não pode ver seu rosto nem fotografá-lo). Um ar de mistério dá o tom à reportagem. Para Faro, “a ambientação dos fatos presenciados pelo repórter, o contato pessoal com Prestes, as preocupações com as questões de ‘segurança’ [...] reforçavam o plano geral dos dois níveis mitológicos já indicados: o da personalidade de Prestes e o da atuação do PCB.” (FARO, 1999, p.158)

Energia do texto de Patarra uma biografia repleta de valores éticos associados ao desprendimento pessoal, à coerência, à coragem, à lucidez. Prestes não chegava a ser designado como o “cavaleiro da esperança”, mas era apresentado como um homem perseguido, apartado de sua família e de seus filhos, que “gosta de falar, tem sempre uma ideia a defender”; “o Velho (que) nunca ergue a voz, as mãos não tremem”, acossado pela vida clandestina (“Na hora da foto, um acordo: entregar o filme”). (FARO, 1999, p.157)

Num box, o jornalista apresenta a família do perfilado (a esposa e seus 10 filhos), porém de forma fria, sem entrevistá-los. Durante o encontro com Patarra, Prestes insiste que aquela não se trata de uma conversa sobre si: “Minha vida particular é o de menos. Ninguém pode lhe proibir de procurar minha companheira e meus filhos. Só quero que lembre, desculpe, que não estou aqui como pai de família. Estou falando como secretário-geral do Partido Comunista Brasileiro.” Ao mesmo tempo, ele se recusa a falar sobre a atuação (ilegal) dos militantes – e a repetir o que pode ser encontrado nos panfletos do PC (que Patarra usa como base para um box sobre a história do partido, ao fim da reportagem). Em meio a tantas restrições, porém, um assunto o empolga:

“Veja, por exemplo, o caso de Guevara. Um grande revolucionário sacrificado porque se equivocou na avaliação da situação boliviana. Como conquistar o poder, derrotar o Governo e suas tropas com duas dúzias de homens, sem dúvida corajosos, mas que sequer conheciam o terreno onde operavam? Guerrilha só é possível quando se conta com o apoio da população onde se luta [...]” Vê-se que o assunto apaixona o chefe dos comunistas brasileiros. Seus olhos brilham mais na sala fechada. (REVISTA REALIDADE, 1968)

Já na abordagem de Dorrit quase não há espaço para ideologias e partidos: no perfil de Freixo, ela se propõe claramente a apresentar o lado prosaico da vida do deputado (e tem condições para isso). Aproximar Freixo do leitor exige – mais que endeusar sua postura e seus ideais – mostrar justamente o que está por trás de sua figura política. Para isso a jornalista reconstrói outra imagem, a do Marcelo Freixo – professor de história, casado há dois anos e pai de três filhos –, de forma menos mítica e mais realista, com menos impressões e mais descrições:

Aos 44 anos, o homem por trás do nome é um tipo de brasileiro comum. Não tem estampa, altura, porte, pose ou qualquer atributo físico que cause impacto ou atraia fotógrafos [...] frequenta pouco as colunas sociais – e não apenas pelas ameaças de morte que recebe [...] Freixo não tem nem nunca teve casa própria. “Se eu for viver a angústia de não ter teto e outras coisas, não vou viver. Faço o que dá com o que ganho e vivo bem, sem sobras”, explica. Dos doze burgomestres que ocuparam a Prefeitura do Rio nos últimos 37 anos – somados aos cinco governadores do antigo estado da Guanabara, que reinaram na cidade entre 1960 e 1975 –, é muito provável que nenhum tivesse ou tenha patrimônio tão esqualido como o do candidato do PSOL. (REVISTA PIAUÍ, 2012, p.30)

Pode-se dizer que no perfil de Freixo a “mítica” é a simplicidade. Legitimada pela possibilidade de a jornalista o acompanhar por todo canto – do apartamento que divide com a esposa e a irmã dela ao gabinete onde se acumulam as denúncias das ameaças de morte que recebe. Facilita o fato de Dorrit ter como matéria-prima do seu perfil, ao contrário de Patarra, meses de encontros com o deputado e uma série de outros personagens – sua esposa, seus pais, seu chefe de gabinete, uma ex-aluna.

Assim ela mostra, com histórias, a relação de Freixo com a família – seu irmão foi assassinado por milicianos em 2006 – o dia a dia no gabinete, a atuação contra as milícias – e as ameaças que isso lhe rende – e as manifestações dos adversários. Cidinha Campos, por exemplo, usou a saída dele do país para alfinetar: “Que porcaria de herói é esse que anda com sessenta nas costas e vai reclamar do comportamento da corporação? Devolva sua escolta, deputado, é uma UPP cuidando de sua segurança. O senhor em casa é mais útil do que trabalhando.”

Ainda assim há quem considere a abordagem forçada e tendenciosa: para o leitor Mauro Garcia Correa, de São Paulo, “graças ao tietismo e à parcialidade, a matéria sobre Freixo foi a pior das 67 edições”.⁴³

5.1.4. O(s) ponto(s) de vista

Para encerrar a reportagem de *Realidade*, Patarra descreve as últimas cenas da saga que o levou, como ele mesmo diz, aos subterrâneos do PC: “Como é ser comunista, para o senhor?”, pergunta. “É ser jovem sempre, é saber que o avanço das ciências está do nosso lado, que às vezes a gente precisa apoiar hoje o inimigo de ontem...”, diz Prestes. O jornalista conclui:

As últimas frases Prestes disse de pé, mas sem levantar a voz. Depois caminhou para mim, dizendo que precisava ir-se. “Gostei de conversar com um jornalista que não é do Partido. Há quatro anos e meio que não o fazia” – e, rápido, subiu a escada e desapareceu. Da cozinha veio o homem do cachecol, agora sem cachecol, o encarregado de transportes da complicada “Operação Pena Boto”. Trazia uma bandeja com um bule de leite, outra de café, pão e manteiga. Comi e partimos na mesma perua em que havíamos chegado. Já era noite. E o pacote de livros e jornais que me deram serviu de travesseiro, sobre o colchão onde deitei e dormi... (REVISTA REALIDADE, 1968, p.57)

⁴³ Carta “Freixo” publicada na revista *piauí*, edição nº 68. Rio de Janeiro: Alvinegra, p.80, maio de 2012.

Em entrevista concedida em 2007 à *ABI Online*, Patarra relembra o episódio: “O PCB me enganou, disse que o Prestes tinha feito plástica. Não vi o rosto dele e a foto é quase de costas. Com a revista nas bancas [...], estourou o AI-5 [...] Tinha medo de que os militares me pegassem e torturassem para saber onde estava ‘O Velho’”. A reportagem lhe rendeu o Prêmio Esso de Jornalismo, mas Patarra sequer pôde recebê-lo: “Tive que pedir que esquecessem. Se não os milicos iam ficar p...”.⁴⁴

Dorrit também finaliza seu relato com uma cena, sobre a participação de Freixo – ainda que indireta – no filme *Tropa de elite 2*. O deputado inspirou o personagem Fraga, também professor de história e deputado estadual.

Eu estava aflitíssimo no dia da estreia no Festival de Paulínia, desesperado mesmo”, ele diz. “E aí?”, perguntou por telefone ao ex-capitão do Bope Rodrigo Pimentel, inspirador do capitão – e depois coronel – Nascimento, interpretado por Wagner Moura. Pimentel, que hoje é comentarista de segurança pública da Rede Globo, estava presente na estreia em Paulínia. “Uma porrada”, disse. Desde então, 11,4 milhões de pessoas assistiram ao filme. Dois meses atrás, na saída da cerimônia de entrega dos prêmios Orilaxé 2012, do AfroReggae, o deputado foi abordado por um jovem desconhecido: “É você o verdadeiro Fraga?” “Não, sou o verdadeiro Marcelo Freixo.” (REVISTA PIAUÍ, 2012, p.37)

O fechamento das duas reportagens de alguma forma resume o foco de cada uma delas: Patarra retoma à abertura do seu texto e encerra sua viagem. Já Dorrit reforça a proposta de revelar – para além do nome-logomarca, imediatamente associado ao combate às milícias – também um rosto. O verdadeiro Marcelo Freixo.

5.2. Velhos e novos tempos

Partindo das reportagens analisadas – e abrindo o ângulo de cada uma para um olhar mais geral – nota-se que a abordagem de *Realidade* é mais “didática”, mais preocupada em explicar. A presença dos boxes é um exemplo. Eles geralmente organizam o assunto central, disperso ao longo de mais de 10 páginas. Em *piauí* não há boxes – e a narrativa é o único caminho a ser seguido pelo leitor.

⁴⁴ Entrevista concedida por Paulo Patarra à *ABI Online*. Publicada em 20/04/2007. Disponível em: <http://www.abi.org.br/paginaindividual.asp?id=2162>. Acesso em: 22 de junho de 2012.

Isso se explica, em parte, pelo perfil editorial da cada uma – *Realidade* mais voltada à sociedade e suas mudanças, *piauí* mais focada na narrativa. Numa tentativa (arriscada) de mergulhar na razão de ser da narrativa em cada uma: em *Realidade*, a narrativa funcionava como um instrumento para tornar mais atraentes e próximos temas duros e, em certa medida, distantes da realidade brasileira. Já em *piauí*, ela está ligada à própria razão de ser da revista – que trata de qualquer tema, *desde* que ele seja bem contado, com a “tensão narrativa” explicada por João Moreira Salles.

O fato é que a presença da narrativa é inquestionável nas duas revistas. Não em doses homeopáticas – como acontece nas revistas semanais e em alguns cadernos culturais de jornais de grande circulação –, mas como um conceito, uma cartilha, a ser seguida à risca pelas publicações.

Realidade e *piauí*, apesar de refletirem um Brasil diferente, sobretudo politicamente, mostram que a sociedade não mudou certas demandas. O leitor continua ávido pela leitura do bom e velho jornalismo, cujos textos não têm prazo de validade.

As revistas dialogam, portanto, no tempo do jornalismo literário. Mais que um reencontro, como o capítulo nomeia, trata-se mesmo é de um resgate da grande reportagem brasileira. E uma prova de que há espaço, qualquer que seja a época, para o jornalismo que busca uma nova forma de olhar – e de ser visto.

6. Considerações finais

Este estudo, desafiado a provocar o reencontro de dois momentos do jornalismo literário, cumpre seu papel deixando – mais do que conclusões – novas reflexões. E mostra que, embora distintas em muitos aspectos, as revistas *Realidade* e *piauí* não apenas dialogam: elas falam a mesmíssima língua. Entre semelhanças e divergências, cabe-nos, aqui, recuperar suas principais relações.

Primeiro: *Realidade* tratava suas pautas com assumida seriedade, priorizando os grandes problemas do país e a sociedade em transformação. *Piauí*, ao contrário, reconhece não se levar muito a sério. Prefere o humor, a sátira e o debate. Assume-se como uma revista despojada, carioca, sem terno e gravata – “ela usa quase bermuda”.⁴⁵

Segundo: *Realidade* era uma revista mais densa (tinha, em geral, 180 páginas, contra cerca de 80 da *piauí*). Aprofundava-se nas questões sociais, de forma abrangente e crítica. Valorizava as histórias de gente comum, personagens anônimos. Enquanto isso, para a *piauí*, mais importante do que o assunto é o jeito de contá-lo. A nova revista até escreve sobre personagens comuns, mas não dá preferência a eles. Seu forte mesmo são os perfis de figuras públicas – muito embora esteja longe de ser uma revista de celebridades.

Terceiro: cada publicação fala para um perfil de leitor. *Realidade*, para a classe média brasileira dos anos 1960, ávida por esclarecimentos de todo tipo. *Piauí*, para universitários e intelectuais, que já abrem a revista com conhecimento prévio dos assuntos que ali estão.

Quarto: cada revista tem uma identidade visual própria. Pode-se dizer que o projeto gráfico de *Realidade* era mais realista e menos experimental que o da *piauí*. Suas capas eram humanizadas – sobretudo por retratos. Foi lá que os fotógrafos passaram a repórteres fotográficos, dividindo com os jornalistas a autoria do discurso. Já *piauí* é adepta das ilustrações, que são a base do seu projeto gráfico “anárquico”, à semelhança da norte-americana *New Yorker*.

Quinto: ambas se preocupam com a forma, com a relação entre texto e imagem e sua disposição nas páginas. Apesar das diagramações simples, os elementos visuais (sejam fotografias ou ilustrações) não são meros adereços; eles dão valor e vida à narrativa escrita.

⁴⁵ Lilia Diniz. “*piauí*, uma revista sem gravata.” Observatório da Imprensa. Publicada em 03/10/2007, na edição 453. Disponível em: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/piauí_uma_revista_sem_gravata>. Acesso em: 26 de maio de 2012.

Sexto: *Realidade* e *piauí* são revistas lentas, na apuração (que pode durar meses), na escrita (às vezes dura semanas) e, claro, na leitura (o ideal é que dure um mês, até a edição seguinte ficar pronta). Exigem que o jornalista pesquise em profundidade, que acompanhe o personagem, conviva com seus familiares, converse com seus amigos (e inimigos). Sem a pressão do relógio ou do número de linhas, seus repórteres têm a liberdade de reportar fatos – e impressões. Alternando o ponto de vista, narrando em primeira pessoa.

Sétimo: as possibilidades acima fazem de *Realidade* e *piauí* “revistas de autor”, dispostas a preservar a escrita e o estilo de seus jornalistas. Trabalham contra a padronização do texto, valorizam as histórias – e o jeito singular de contá-las.

Apesar das grandes diferenças que as distanciam – contexto, postura política, cultura, público –, uma semelhança, como este trabalho mostrou, é indiscutível: a preocupação das duas revistas em contar bem suas histórias. Seu compromisso é com o jornalismo de qualidade, que busca mostrar além do que é visto. E com a reportagem narrativa, que se supera no conteúdo – e também na forma, na expectativa de ser mais atraente ao leitor, desafiada a permanecer no tempo.

Portanto, sim, o jornalismo literário brasileiro está vivo, representado hoje por uma nova revista e com suas marcas muito bem preservadas. Lembrando que o gênero não engloba, apenas, os traços de estilo (diálogos, descrições, mudanças de ponto de vista), mas todo o processo de reportagem e construção da narrativa, que começa na definição da pauta, passa pela pesquisa, apuração e chega à reorganização de uma série de cenas numa história completa, contextualizada e humana, que faz sentido ao leitor. E mais: consegue integrá-lo a uma situação da qual não fez parte.

O desafio vale, aliás, a todo o jornalismo: falar a língua do leitor, que é a razão e o propósito disso tudo. Na era da informação apressada, das notícias reduzidas no mínimo espaço e menor tempo, persiste a figura de um sujeito que não deseja apenas se atualizar, mas também refletir, compreender, sentir-se parte. Mas é claro que de encontro a essa necessidade há um mercado rígido, ditando novas regras, novos preços e tendências.

A reflexão que fica, para nós, jornalistas, é: qual a função deste trabalho, raro na imprensa brasileira? Quanto vale investir neste jornalismo de futuro incerto, que exige fôlego e vontade? O acervo de *Realidade*, até hoje atual, ajuda a responder.

7. Referências Bibliográficas

Livros e artigos

CAPOTE, Truman. **A sangue frio**: relato verdadeiro de um homicídio múltiplo e suas consequências. São Paulo: Companhia das Letras, 2006.

CARTA, Gianni. “O velho novo jornalismo europeu”. In: **Cadernos da comunicação 7**. Rio de Janeiro: Secretaria Especial de Comunicação Social da Prefeitura do Rio de Janeiro, 2003.

CADERNOS DA COMUNICAÇÃO 7. *New journalism* – A reportagem como criação literária. Rio de Janeiro: Secretaria Especial de Comunicação Social da Prefeitura do Rio de Janeiro, 2003.

CIVITA, Roberto. “E surge uma nova revista”. In: **Cadernos da comunicação 7**. Rio de Janeiro: Secretaria Especial de Comunicação Social da Prefeitura do Rio de Janeiro, 2003.

CLARK, Gerald. **Capote** – Uma biografia. São Paulo, Editora Globo, 1993.

COSTA, Cristiane. **Pena de aluguel**: escritores jornalistas no Brasil 1904-2004. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.

CUIAIS, Priscilla B. Prestes B. **A grande reportagem**: O jornalismo Literário de Zuenir Ventura. Monografia (Graduação em Jornalismo). Rio de Janeiro: Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2010.

ENNE, Ana Lucia S. “**Reportagem policial na imprensa carioca dos anos 80**: o caso Mão Branca e a mitificação da violência na periferia” (Artigo). Rio de Janeiro: Universidade Federal Fluminense, 2005.

FARO, J. S. **Realidade, 1966-1968** – Tempo da reportagem na imprensa brasileira. Porto Alegre: Editora da Ulbra, 1998.

FARO, J. S. “O *new journalism* e a experiência da revista *Realidade*”. In: **Cadernos da comunicação 7**. Rio de Janeiro: Secretaria Especial de Comunicação Social da Prefeitura do Rio de Janeiro, 2003.

LIMA, Edvaldo Pereira. “Jornalismo literário, o desafio de agora.” In: **Cadernos da comunicação 7**. Rio de Janeiro: Secretaria Especial de Comunicação Social da Prefeitura do Rio de Janeiro, 2003.

MARÃO, José Carlos. **Realidade re-vista**. São Paulo: Realejo Livros, 2010.

MELO, Chico Homem de (org). **O design gráfico brasileiro: anos 60**. São Paulo: Cosac Naify, 2006.

NOBLAT, Ricardo. **A arte de fazer um jornal diário**. São Paulo: Editora Contexto, 2006.

PENA, Felipe. **Jornalismo literário**. 2ª edição. São Paulo: Contexto, 2004.

QUEIROZ, Francisco Timóteo. **Rasgando o tecido das formalidades: as técnicas do romance em *A sangue frio* e em *Radical chique*** (Artigo). Acre: Universidade Federal do Acre, 2011.

SCALZO, Marília. **Jornalismo de revista**. Rio de Janeiro: Editora Contexto, 2006.

SOUZA, Juliana Lopes de Almeida. **Jornalismo literário: O ritual da revista *piauí*** (Artigo). Ponta Grossa: REBEJ – Revista Brasileira de Ensino de Jornalismo, 2012.

TALESE, Gay. **Fama e anonimato**. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.

WOLFE, Tom. **Radical chique e o jovo Jornalismo**, 2ª edição. Trad. José Rubens Siqueira. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.

Revistas e jornais

BECKER, Clara. “Tiririca no salão.” REVISTA PIAUÍ. Rio de Janeiro, nº 68, p.40-47, maio de 2012.

CHICO, Paulo. “Destá revista restou vem mais do que saudade.” JORNAL DA ABI. Rio de Janeiro, nº 366, edição extra, p.10-17, maio de 2011.

DIEGUES, Consuelo. “Acossados.” REVISTA PIAUÍ. Rio de Janeiro, nº 66, p.16-23, março de 2012.

ESTEVEES, Bernardo. “Os Alquimistas.” REVISTA PIAUÍ. Rio de Janeiro, nº 60, p.48-54, setembro de 2011.

KHATCHADOURIAN, Raffi. “Transfiguração.” REVISTA PIAUÍ. Rio de Janeiro, nº 67, p.50-62, abril de 2012.

PATARRA, Paulo. “Este é o camarada Prestes.” REVISTA REALIDADE, consultada em microfilme na Biblioteca Nacional. São Paulo, nº 33, p.39-58, dezembro de 1968.

REVISTA PIAUÍ. Edição especial aos anunciantes. Rio de Janeiro: Alvinegra, 2008.

REVISTA PIAUÍ. Seção Cartas. Rio de Janeiro, nº 67, p.78, abril de 2012.

SANT’ANNA, Ivan. “Cadeia de erros.” REVISTA PIAUÍ. Rio de Janeiro, nº 57 p.40-46, julho de 2011.

SCARPIN, Paula. “Gurizinho vira ídolo.” REVISTA PIAUÍ. Rio de Janeiro, nº 52, p.42-46, janeiro de 2011.

STEFANO, Marcos. “A edição proibida.” JORNAL DA ABI. Rio de Janeiro, nº 366, edição extra, p.20-26, maio de 2011.

TERRA, Renato. “Gargalhada, teu nome é mulher.” REVISTA PIAUÍ. Rio de Janeiro, nº 61, p.60-64, outubro de 2011.

Sites

<http://mauriciostycer.blogosfera.uol.com.br/>

<http://www.jb.com.br/>

<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/>

<http://www.revcom.com.br/rc/rc0.asp>

<http://www.youtube.com/>