

Universidade Federal Fluminense  
IACS - Instituto de Arte e Comunicação Social  
Curso de Comunicação Social - Jornalismo

DANIELA REIS DO NASCIMENTO

**DILMA ROUSSEFF EM REVISTA:  
A PERSONAGEM EM REPORTAGENS DA PIAUÍ E DA VEJA**

Niterói  
2015

Universidade Federal Fluminense

IACS - Instituto de Arte e Comunicação Social  
Curso de Comunicação Social - Jornalismo

DANIELA REIS DO NASCIMENTO

**DILMA ROUSSEFF EM REVISTA:  
A PERSONAGEM EM REPORTAGENS DA PIAUÍ E DA VEJA**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à  
Universidade Federal Fluminense como requisito  
parcial para a obtenção do grau Bacharel em  
Comunicação Social - Jornalismo.

ORIENTADORA: Profa. Dra. Denise Tavares da Silva

Niterói  
2015

DANIELA REIS DO NASCIMENTO

DILMA ROUSSEFF EM REVISTA:  
A PERSONAGEM EM REPORTAGENS DA PIAUÍ E DA VEJA

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado a  
Universidade Federal Fluminense como requisito  
parcial para a obtenção do grau Bacharel em  
Comunicação Social - Jornalismo.

Aprovada em \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2015.

BANCA EXAMINADORA

---

Profa. Denise Tavares da Silva (orientadora)  
UFF – Universidade Federal Fluminense

---

Profa. Carla Baiense Felix  
UFF – Universidade Federal Fluminense

---

Profa. Larissa de Moraes Ribeiro Mendes  
UFF – Universidade Federal Fluminense

## **AGRADECIMENTOS**

À minha mãe, que mesmo na ausência, me ajudou a alcançar esse momento.

Ao meu pai e Verônica, pela orientação, aos meus irmãos pelo companheirismo e a toda família pelo apoio de sempre.

Agradeço ao Pedro pelo afeto, estímulo, e por me apresentar à sua amorosa família.

À Denise Tavares por participar ativamente deste trabalho e por me fazer enxergar que o bom jornalismo ainda resiste.

Às professoras Carla Baiense e Larissa Morais por aceitarem participar da banca.

A todos os professores que contribuíram para que eu obtivesse uma formação sólida e ética.

Aos meus amigos pela descontração necessária e parceria constante.

*Não há milagre em texto jornalístico. Pode ser um Prêmio Nobel da Literatura. Se não tiver apurado exhaustivamente, vai escrever um texto jornalístico ruim. Só apurando muito – e com precisão – é que dá para escrever um texto substantivo, com tantos detalhes que o leitor pode ler com o prazer de uma ficção. (Eliane Brum, 2010).*

## RESUMO

Este estudo resgata o jornalismo literário, estilo que se desenvolveu de forma irregular ao redor do mundo, para verificar se o emprego de técnicas literárias aliado às práticas jornalísticas na revista *piuí* permite reportar em profundidade a complexidade social. Para tanto, analisa linguagem, projeto gráfico, escolhas editoriais e processos de apuração dos perfis de Dilma Rousseff desta publicação, em contraponto com reportagens sobre a mesma personagem da revista *Veja* – representante de uma vertente convencional de jornalismo, que domina as redações contemporâneas. O objetivo é verificar se as imagens que emergem das matérias são influenciadas por visões e práticas distintas de jornalismo e – caso sejam – identificar os motivos que levaram a essa divergência.

Palavras-chave: jornalismo literário, revista, perfil.

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO .....</b>	<b>7</b>
<b>2. JORNALISMO LITERÁRIO NO BRASIL E NO MUNDO .....</b>	<b>13</b>
2.1. Jornalismo literário: uma definição. ....	13
2.2. Sincretismo necessário.....	15
2.3. Despontam os pioneiros: desbravadores de um novo jornalismo.....	18
2.4. A vanguarda brasileira .....	19
2.5. Novo Jornalismo: a velha arte de contar histórias .....	22
2.6. Sem caravelas ou navegadores: a descoberta do Brasil pelas letras da Realidade .....	24
2.7. Alcançando outras páginas: o romance-reportagem.....	27
2.8. Evolução no jornalismo literário: adaptações ao mundo contemporâneo .....	29
<b>3. O TEXTO DE REVISTA.....</b>	<b>32</b>
3.1. A gênese das revistas no Brasil.....	32
3.2. Segmentação: o leitor que o jornalista conhece.....	35
3.3. Perfil.....	38
3.4. piauí .....	41
3.5. Veja.....	45
3.6. A mulher por trás dos perfis: a biografia de Dilma Rousseff .....	49
<b>4. TÉCNICA E PRODUÇÃO DE SENTIDO .....</b>	<b>54</b>
4.1. A imagem de Dilma na Veja.....	54
4.2. A imagem de Dilma na piauí .....	60
4.3. Diagramação: a estética como portadora de sentido.....	64
4.4. O texto das reportagens da Veja .....	66
4.5. O texto das reportagens da piauí.....	71
<b>5. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>80</b>
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>83</b>

## 1. INTRODUÇÃO

Se recuperarmos genericamente a história do jornalismo, é possível construir uma linha do tempo em que apareçam os marcos principais e as mudanças incorporadas ao ofício da profissão. Entre estas, o emprego do lide é uma das transformações por que passaram os periódicos que mais influencia o jornalismo contemporâneo. Não é à toa, portanto, que Nilson Lage (2003) e outros autores, vinculam o lide, que se difundiu nos Estados Unidos entre o final do século XIX e o XX, ao momento em que a indústria jornalística se profissionalizou. Mas o que explica o papel preponderante deste recurso para o jornalismo atual?

Para responder esta questão é preciso investigar o histórico do lide. De acordo com o professor Pereira Júnior (2006), esse modelo foi desenvolvido durante a Guerra Civil dos Estados Unidos, que ocorreu de 1861 a 1865. Naquela época, o telégrafo, principal forma de transmitir informações para grandes distâncias, era bastante instável, o que tornava muito comum o envio de mensagens incompletas ao destinatário. Para superar essas dificuldades, habituais em meios de comunicação e serviços militares da época, definiu-se um modelo em que o conteúdo mais importante deveria ser passado no topo da notícia. Uma boa definição de lide é, justamente, um pequeno texto introdutório que revele o esforço do repórter em responder as perguntas mais essenciais sobre um fato, ou seja: o que aconteceu, com quem, quando, como, onde e porquê.

Apesar do surgimento intrínseco aos meios de comunicação, talvez o lide não assumisse o papel que tem atualmente se não tivesse atraído o *The New York Times*, em 1861. O jornal não só absorveu a proposta como também a associou à lógica da pirâmide invertida, que “rompe com a ordem cronológica dos fatos, organizando a notícia a partir do acontecimento mais impactante, mais relevante, mais chamativo” (QUEIROZ, 2011, p.2). Trata-se, portanto, de uma estrutura narrativa que ordena o texto de forma que os acontecimentos mais importantes se localizem nos primeiros parágrafos e os menos relevantes nos últimos. Além de informar agilmente ao leitor, o uso dessas estruturas combinadas pode facilitar o trabalho dos diagramadores: caso o repórter não esteja presente no *deadline* do jornal e o texto não caiba no espaço lhe foi delimitado, o diagramador pode simplesmente cortar o último parágrafo.

Há, ainda, outros argumentos a favor do lide. Walter Lippman (1922) alega que tal estrutura abriga o próprio conceito de notícia, como divulgação das fases mais notórias de um processo. O autor se coloca na posição do editor ao considerar os múltiplos motivos que o

levam a priorizar os fatos indiscutíveis, ou seja: os que incontestavelmente aconteceram e que instigam o interesse do leitor, em geral, um leigo no assunto. Lippman analisa ainda que o lide expõe a rotina de produção das reportagens. Segundo ele, o modelo explicitaria a limitação da visão do repórter, a necessidade de capturar rapidamente a atenção do leitor e os consequentes prejuízos econômicos que o não cumprimento deste último pode trazer.

Este modelo foi importado dos Estados Unidos para o Brasil na década de 1950<sup>1</sup> e afastou os periódicos nacionais da atividade intelectual e política. Ao mesmo tempo, o novo paradigma aproximou o jornalismo brasileiro do modelo empresarial americano, no qual a notícia é um produto a ser vendido. Para tanto, adotaram-se objetivos como a busca por isenção e artifícios como frases em ordem direta, linguagem sem adjetivos, lide e pirâmide invertida.

Para evidenciar a importância destes recursos pode-se afirmar que, quanto mais profundamente se investiga o tema, mais razões para o uso destas estruturas são encontradas. Genro Filho (1987) afirma que o caráter pontual do lide recria a espontaneidade do fato. À vista disso, os jornais poderiam utilizá-lo para passar ao leitor a impressão de estar presente no desenrolar dos acontecimentos. Com tantas vantagens seria fácil aceitar que o lide comandasse eternamente os noticiários, mas, não foi o que aconteceu neste reino de palavras, imagens e sons que integram o jornalismo atual. Analisando a história podemos encontrar momentos importantes no percurso desta atividade profissional em que a "ditadura do lide" foi bastante questionada e até mesmo negada, em nome, justamente, dos princípios éticos e deontológicos que levaram ao seu uso em um primeiro momento.

De modo geral, os períodos de ruptura aconteceram de forma espontânea e descontínua. Em alguns destes apareceram reportagens que abandonavam as estruturas tradicionais na tentativa de contar histórias em profundidade e elaborar textos mais ousados. Muitos estudiosos se referem a estas iniciativas heterogêneas por meio da expressão *jornalismo literário*, que traduz a mistura do retrato da realidade - típico das notícias -, com a linguagem e as técnicas oriundas dos romances. Esses jornalistas não produziam ficção, mas sim, narrativas da vida real. O gênero, que aparece em ondas no Brasil e no mundo, costuma ser empregado com o intuito de relatar a complexidade do cotidiano. Este modelo, porém, se mostrou incapaz de reportar os acontecimentos com a agilidade comum às redações atuais.

Ao analisarmos os jornais e revistas contemporâneos podemos verificar que a disputa dos veículos impressos com a televisão e a internet está sendo travada com as armas do

---

<sup>1</sup> Eduardo Belo (2006).

concorrente: em vez de investir em grandes reportagens, à exemplo do jornalismo literário, os veículos em geral enxugam cada vez mais o número de páginas e de suplementos. Baseados na crença<sup>2</sup> de que o leitor não tem disposição para ler textos longos e quer se informar rapidamente, as redações de mídia impressa tentam recriar a instantaneidade dos meios eletrônicos por meio de reportagens curtas, o que pode comprometer a profundidade do tema. Sylvia Moretzsohn (2002) aponta os perigos da reportagem esvaziada de reflexão, que se preocupa mais com o furo do que com a qualidade do relato.

Nas páginas de jornais e revistas é comum encontrar aspectos que nos remetam a uma comunicação mais ágil e visual, como a ampla documentação fotográfica e uso de infográficos. Embora sejam mais recentes, estes recursos trabalham lado a lado com o lide no sentido de simplificar e adiantar a informação. Mas além de uma comunicação rápida com o leitor, que justificam o lide desde o começo do século XX, um dos principais motivos que legitimam essa tradicional estrutura é a tentativa de alcançar a objetividade nos relatos jornalísticos. De acordo com essa concepção, através da isenção seria possível eliminar a influência da opinião do repórter, que afastaria a notícia da imparcialidade desejada pelos veículos e pelo grande público.

Genro Filho (1987) conta que este raciocínio era difundido durante a Guerra Fria pelo jornalismo burguês, a mídia do modo de produção capitalista. Ironicamente, práticas semelhantes apareciam em jornais de países socialistas. Nestes veículos o lide também marcava presença e os profissionais da imprensa o justificavam devido a um caráter científico que agregaria à notícia. O autor desmonta os dois discursos: o primeiro em vez de relatar a verdade dos fatos apenas reproduzia a ideologia burguesa. No outro lado, uma metodologia pretensamente científica selecionaria apenas os momentos e aspectos que confirmassem os ideais comunistas. Ele conclui que os meios de comunicação dos dois sistemas perderam a potencialidade crítica da reportagem, uma das mais importantes características do bom jornalismo.

No cenário atual a ideia de que o lide é incapaz de eliminar a subjetividade é praticamente um consenso entre os teóricos da Comunicação. Genro Filho (1987) reconhece as limitações nesse sentido, contudo acredita que ainda sim foi um avanço importante. Para ele, o jornalismo teria suas próprias formas de perceber e produzir fatos, que não necessariamente representariam a realidade. A verdade, então, seria um processo de revelação e constituição da qual o lide é “uma importante conquista da informação jornalística, pois

---

<sup>2</sup> Belo (2006)

representa a reprodução sintética da singularidade da experiência individual” (GENRO FILHO, 1987, s/p). Segundo ele, as formulações genéricas seriam incapazes de reproduzir essa experiência.

Como produto que vende notícias, é natural compreender a busca dos jornais pela confiança do leitor. A adoção do lide e da pirâmide invertida possivelmente exerceram um papel fundamental para homogeneizar o texto jornalístico. Uma estrutura que o leitor consegue rapidamente compreender e associar ao conceito de notícia que já conhece, pode ter auxiliado a consolidação do texto jornalístico em contraste com o de ficção, o que lhe assegurou certa credibilidade. Ao levarmos em conta que nos séculos XVIII e XIX as redações costumavam ser comandadas por escritores, pontua Belo (2006), essa distinção ganha ainda mais notoriedade.

Os momentos de crise dessa estrutura, no entanto, revelam que apesar do lide ser uma ferramenta muito comum na produção das reportagens, ainda está longe de ser um consenso. As mudanças implantadas por um desses movimentos contestatórios, o jornalismo literário, não se restringiram somente à forma de escrever. Possivelmente a contribuição mais louvável do gênero é o cuidado minucioso com a apuração. Para os adeptos do Novo Jornalismo, movimento americano que na década de 1960 difundiu o jornalismo literário, apurar era, antes de tudo, uma vivência que o jornalista experimentava em todos os seus limites. Graças a essa vertente os repórteres passaram a dedicar mais tempo à investigação do fato noticioso e matérias de longa imersão tomaram as páginas dos periódicos. Porém, assim como o lide não é um consenso, o Novo Jornalismo tampouco o foi.

O jornalista brasileiro Alberto Dines (2009) discorda da denominação “Novo Jornalismo” e defende que o movimento não traz efetivamente nada de inédito: o intento seria nada mais do que um velho estilo de escrever, que transita entre a crônica, a reportagem e o depoimento. Ele não acredita que o estilo possa se consolidar como uma nova concepção para o jornal ou como uma nova linha de trabalho. Em tempos de competição com a mídia eletrônica o movimento não atenderia à tomada de posição mais ampla que os jornais precisariam empregar para superar seus concorrentes.

Dines (2009) acredita que uma saída para os jornais impressos seria apostar no conteúdo aprofundado e em grandes investigações, que teriam sido abandonados desde que empresas e órgãos públicos passaram a emitir *releases*<sup>3</sup> para a imprensa. As matérias, além do

---

<sup>3</sup> Release é um termo jornalístico, proveniente do inglês, que de acordo com o Michaelis Moderno Dicionário da Língua Portuguesa significa “nota distribuída à imprensa, ao rádio, à televisão etc., para divulgação gratuita”.

fato noticioso, precisariam fazer comparações, contextualizações, resgates históricos e apontar possíveis tendências que o acontecimento poderia incorporar. O autor, no entanto, não critica todas as ideias do Novo Jornalismo e enaltece uma característica fundamental dessa vertente: a presença do jornalista como testemunha da notícia, que além de agregar veracidade ao relato teria um enorme poder narrativo.

Nesse sentido o impresso poderia ter um diferencial em relação à mídia eletrônica: imagem e narração adicionam dramaticidade, mas a visualização da cena inibe a imaginação do telespectador. O esforço de elaborar imagens mentais com elementos próprios também garantiria uma maior permanência. Dines (2009) identifica outros benefícios e sugere que o testemunho do repórter poderia substituir um levantamento de dados maçante, por exemplo, ao atingir o lado emocional e aquecer o tema por meio de uma linguagem envolvente.

Como pudemos brevemente observar, assim como o lide, o jornalismo literário é bastante polarizado e se por um lado desperta críticas e descrenças, por outro, inspira diversas publicações. A americana *The New Yorker* e as brasileiras *Realidade* e *piauí* são alguns exemplos notáveis que empregam estilos inspirados no gênero. O objetivo desta pesquisa é verificar, através da metodologia estudo de caso, se o jornalismo literário consegue cumprir a missão de reportar com detalhes a complexidade social e se o uso de técnicas oriundas do romance resultam em um retrato mais fiel da realidade.

É importante ressaltar que o jornalismo tradicional, por princípio, não é inferior ou superior ao literário: apenas aplica diferentes estratégias de apuração, edição e formato para informar ao leitor. São estes modelos distintos que vamos estudar por meio de duas publicações brasileiras contemporâneas: a *piauí*, representante do jornalismo literário e a *Veja*, associada a uma linha mais convencional. A fim de otimizar o nosso trabalho selecionamos um gênero jornalístico específico, o perfil, que descreve a trajetória de um indivíduo com o intuito de apreender os múltiplos e, por vezes, contrastantes aspectos de sua personalidade. O gênero perfil exige um amplo processo de apuração, o que tende a potencializar os recursos das duas vertentes do jornalismo.

Para atingir nossos objetivos estruturamos esta monografia em três partes. O primeiro capítulo busca traçar o histórico do jornalismo literário no Brasil e no mundo. Ressaltaremos os principais representantes do estilo e explicaremos como este se desenvolveu e popularizou. Também vamos questionar o seu surgimento, muitas vezes considerado

concomitante ao início do Novo Jornalismo, ideia contestada por alguns autores. Nesta parte do estudo ainda definiremos as características que distinguem este tipo de texto jornalístico.

Após apresentar um panorama geral do jornalismo literário, no capítulo dois estudaremos as características da revista, meio de comunicação que serve de suporte para as publicações do estudo de caso. O capítulo também explorará as características do gênero perfil. Por ser um relato da vida pública e privada de um personagem é preciso responsabilidade com a imagem do perfilado e respeito ao interesse público. Ao longo da história, posteriores retratações de erros de jornalistas se mostraram ineficazes para limpar a imagem de um indivíduo. Em vista disso, é um trabalho que também buscará desenvolver reflexões e questionamentos sobre modelos que tendem a aproximar ou afastar a publicação de características essenciais ao bom jornalismo, como: representação de múltiplos lados, relação transparente com o leitor e contextualização do fato.

A fim de realizar as análises elegemos perfis escritos sobre uma mesma personagem: Dilma Rousseff, a atual presidente do Brasil. Para avaliarmos o que foi escrito sobre ela é preciso, antes de tudo, conhecê-la. Para tanto comentaremos um pouco sobre a trajetória política e a vida privada de Dilma. Além desta pequena biografia, investigaremos em outros tópicos as revistas deste estudo de caso. Neste ponto traçaremos o histórico, o público alvo e o estilo que definem cada publicação.

Depois de apresentar e refletir sobre todos estes conceitos, a pesquisa chega à última parte, na qual será realizado o estudo de caso com os perfis jornalísticos. Avaliaremos nas reportagens os reflexos da escolha de adotar o modelo convencional, também chamado de *hard news*, que emprega artifícios tradicionais como o lide e a pirâmide invertida, ou o jornalismo literário. A partir desta análise, buscaremos verificar se a proposta de reportagem aprofundada da *piauí* consegue de fato se concretizar. O capítulo também pretende explorar o jornalismo na *Veja*. Esta revista costuma utilizar recursos como infográficos e ampla documentação fotográfica, o que a difere da *piauí*, que geralmente publica apenas uma foto ou ilustração referente à pauta, seguida de diversas páginas de texto. Veremos em que medida estas diferenças estratégicas afetam as reportagens.

Após estarmos munidos do arcabouço teórico desenvolvido nos capítulos anteriores, poderemos verificar como as técnicas de escrita, as formas de apuração e até mesmo o *design* das publicações contribuem para formar a imagem de um perfilado. A pesquisa pretende constatar se a imagem da personagem que emerge das duas publicações é semelhante, ou se chegam a resultados diferentes e, se for esse o caso, o que levou a esta divergência. As considerações finais vão apresentar os resultados de todo esse processo.

## 2. JORNALISMO LITERÁRIO NO BRASIL E NO MUNDO

Na introdução buscamos contextualizar o surgimento do que chamaremos nessa pesquisa de “jornalismo convencional”, ou seja, a concepção de reportagem que há algumas décadas é a mais difundida entre os veículos de comunicação. Estruturas como o lide e a pirâmide invertida podem ser facilmente encontrados em jornais impressos, televisivos, revistas, rádios e sites noticiosos, o que confirma a sua preponderância, alto potencial de adaptação e importância como ferramenta a ser utilizada para agilizar a comunicação. Já vimos como a adoção massiva desse modelo inspirou quebras nessa estrutura e a ascensão de novas alternativas para o jornalismo. Nesse capítulo, resgataremos a história do jornalismo literário, uma das modalidades de ruptura que, de tempos em tempos, ganha força nas redações.

Na definição do autor Pereira Lima, o jornalismo literário “procura transcender o nível importante – mas meramente informativo – de uma boa parte da produção jornalística, para alcançar voos de maior ambição” (2014, p.10). Ele mesmo indica quais seriam as aspirações além do objetivo noticioso: identidade própria, força comunicativa e qualidade estética. Esses conceitos abstratos podem ser encontrados na obra de inúmeros jornalistas ao longo tempo, que muitas vezes recorrem a estes padrões de forma intuitiva.

O mais perto de uma norma que o gênero chegou a ter é o *Manifesto do Novo Jornalismo* (1973), redigido por Tom Wolfe, que se aproxima muito mais do movimento específico da década de 1960 do que explica as iniciativas esparsas que surgiram em todo o mundo. Tanto Pereira Lima quanto Tom Wolfe, nos acompanharão ao longo deste capítulo de apresentação do jornalismo literário. Além deles, autores como Felipe Pena e J. S. Faro vão contribuir para que possamos mapear o cenário do desenvolvimento deste estilo.

### 2.1. Jornalismo literário: uma definição.

Antes de mergulharmos na história do gênero precisamos delimitar o que queremos dizer quando empregamos a expressão “jornalismo literário”. Uma rápida pesquisa na internet pode indicar a vasta gama de significados associados ao termo. Na nossa concepção, por jornalismo literário compreendemos um determinado estilo textual de reportagem que aparece de forma recorrente, porém irregular, no cenário da mídia impressa mundial. Ao redor do globo, mas principalmente nos EUA, há outras denominações para o gênero, como “literatura criativa de não ficção”, “jornalismo narrativo” e “literatura da realidade” (LIMA, 2014, p.26).

Alguns autores compreendem que o termo também inclui sentidos diversos e pode se referir, por exemplo, à crítica de obras literárias, que costuma ser publicada em editoriais de cultura ou suplementos específicos. Outros teóricos o associam ao período do século XIX em que escritores ocupavam cargos de repórteres, editores e articulistas nas redações. Há ainda os que o utilizam para definir textos exclusivamente literários, apenas veiculados em jornais, ou o identificam como um sinônimo para o Novo Jornalismo. Todas essas variações podem ser interpretadas como jornalismo literário. Nenhuma é mais correta do que a outra: o seu uso depende do contexto em que está inserida e do objetivo de análise do autor. Isso posto, podemos desenvolver a linha temporal que nos levará a entender o jornalismo literário praticado nos dias atuais.

Antes de o primeiro jornalista desenvolver uma narrativa similar à dos romances nas páginas de um jornal, literatura e jornalismo já cultivavam há tempos uma ligação intrínseca. Pena (2011) indica que essa relação está presente no Brasil desde o final do século XVIII, quando a mídia impressa, comandada por escritores e intelectuais, era caracterizada por um conteúdo literário e político. Neste período surge um grande marco da imprensa nacional: os folhetins, romances publicados de forma seriada em periódicos.

O sucesso desse modelo permitiu um aumento da venda de jornais e consequente queda nos preços, o que atraía ainda mais leitores. Grandes nomes da literatura mundial figuram entre os que publicaram suas obras em jornais. Dentre esses, quase todos alternavam a produção de romances com o ofício da reportagem. Na França, destaca Pena (2011), os exemplos mais notáveis são Honoré de Balzac, Victor Hugo e Alexandre Dumas, que divulgou o clássico *Os três Mosqueteiros* (1844) nas páginas do *Le Siècle*. O destaque inglês do gênero é Charles Dickens. Já a Rússia emplacou folhetins de Dostoievski e Tolstoi, possivelmente os escritores russos mais celebrados de todos os tempos.

A imprensa brasileira não ficou pra trás neste movimento e ajudou gênios como Machado de Assis e José de Alencar a se consagrarem como escritores por meio dos folhetins. O primeiro foi repórter do *Senado Federal* e publicou críticas à sociedade brasileira na *Gazeta de Notícias* e no *Correio Mercantil*, veículo em que também trabalhou José de Alencar, que escrevia a coluna *Ao correr da pena*. Apesar de extremamente bem sucedidos nas páginas dos jornais, estes textos não podem ser classificados como jornalismo, visto que consistem majoritariamente em crônicas e ficção.

A conexão entre os dois campos continuou presente de forma similar de 1830 a 1900<sup>4</sup>, quando emergiu a imprensa de massa e a se iniciou o processo de profissionalização dos jornalistas. Foi principalmente no século XX que essa relação deu um passo além do espaço compartilhado nas páginas de periódicos e a literatura passou efetivamente a interferir na estrutura do texto noticioso. A influência da linguagem dos romances nas reportagens criou um sincretismo que se encaixa tanto nas classificações de modelo jornalístico como de obra literária. Mas quais são as características que permitem esse duplo pertencimento?

## 2.2. Sincretismo necessário

Da literatura o jornalismo literário herdou a perenidade, a linguagem e a estrutura narrativa dos romances. O primeiro fator rompe com a proposta do jornalismo convencional, que costuma informar sobre o momento imediatamente posterior ao acontecimento, sem almejar qualquer permanência. Nesse sentido a intenção do jornalismo literário é diametralmente oposta, e assim como a arte, visa alcançar a posteridade. Apesar destas dissidências, o objetivo principal do estilo é muito próximo ao do jornalismo convencional:

Os dois modelos compartilham um mesmo propósito central, comum a todo jornalismo, qualquer que seja seu tipo: comunicar, através de mensagens articuladas conforme regras, preceitos, procedimentos ou técnicas específicas, acontecimentos e situações da vida real. A maneira como um ou outro busca cumprir esse papel, porém, difere em muito, assim como difere o propósito de cada um. (LIMA, 2014, p.14)

Podemos perceber que o intuito do jornalismo literário é similar ao das notícias convencionais. Entretanto, são as particularidades marcantes do estilo que o fizeram cair no gosto de leitores ansiosos por uma nova forma de se informar. Vamos, portanto, nos ater a essas peculiaridades para compreender o gênero. O jornalismo literário costuma enaltecer o estilo individual do autor a fim de lhe garantir liberdade para criar e possibilitar a quebra de padrões estabelecidos. Vale ressaltar que essa quebra se deve muito mais à busca por novas possibilidades textuais do que a uma ruptura pura e simples. É justamente essa autonomia, tão cara ao jornalismo literário, que proporciona uma grande variação entre os textos. Apesar da heterogeneidade, é possível destacar alguns aspectos recorrentes ao conjunto da obra do jornalismo literário.

A primeira característica proeminente é a reportagem de longa imersão, que está na essência do jornalismo literário. Este traço não é uma exclusividade do estilo e pode também ser encontrado no jornalismo convencional. Contudo, para o gênero abordado, a reportagem

---

<sup>4</sup> (PENA, 2006, p.28)

aprofundada é quase imprescindível, pois converge com motivações cruciais para o estilo, como a construção de relatos que abordem todas as minúcias importantes para o fato e a busca por perenidade. Essa estratégia é usada para contar uma história de forma atraente e envolvente para o leitor. Lima (2014) explica que em vez de simplificar a realidade, efeito possivelmente obtido pelo lide, o jornalista literário a apresenta em toda a sua complexidade, o que demanda apurações mais demoradas. O resultado das investigações aprimoradas e do texto mais elaborado são reportagens bem maiores do que as notícias apuradas em apenas um dia, prática muito comum nas redações contemporâneas.

Tom Wolfe (2005) conta que com a onda do Novo Jornalismo americano dos anos 1960, seus escritos saltaram de 1500 para até 6000 palavras. Contagiado pelas iniciativas de Breslin e Gay Talese, Wolfe dizia não ter tempo para escrever coisas curtas. No manifesto do movimento, o jornalista definiu quais eram, na sua visão, os quatro recursos fundamentais deste estilo de reportagem que garantiriam a sua qualidade absorvente e o envolvimento emocional do leitor. Nesse ponto passaremos de uma das características mais evidentes do jornalismo literário - a extensão do texto - e encararemos singularidades mais sutis, e ainda assim fundamentais. Os quatro mecanismos destacados por Wolfe foram a construção da história cena a cena, o registro de diálogos completos, o ponto de vista em terceira pessoa e o *status* de vida dos retratados.

O primeiro e o segundo artifícios eram responsáveis por tirar os repórteres do conforto da redação e mandá-los às ruas. Segundo essa concepção, o jornalista precisava estar no local dos acontecimentos para depois, por meio de técnicas literárias, recriar o cenário para o leitor. A narração vívida seria capaz de passar ao leitor a impressão de também ter assistido aos fatos e conhecido as pessoas envolvidas na história. Era importante, portanto, estar presente para captar cada detalhe: um gesto, uma reação e até mesmo uma palavra poderiam dar o tom da matéria e revelar mais sobre os sujeitos investigados. Wolfe (2005) aponta que o diálogo realista é extremamente atraente e eficaz para caracterizar os personagens. Além de trazer a história para diante do nariz do leitor, diálogo e descrição cena a cena passariam uma sensação de movimento que tornaria a reportagem mais dinâmica.

O autor também frisa a importância do ponto de vista em terceira pessoa. Alguns jornalistas da época se desligavam completamente das regras convencionais sobre isenção e escreviam em primeira pessoa. Visto que o repórter presenciou o desenrolar da notícia, parece natural que faça o seu relato sob essa perspectiva. Outros mantinham o uso da terceira pessoa e não se anunciavam. Havia ainda os que só se mostravam por meio de descrições, apresentando-se como um personagem presente no pano de fundo do cenário. Essa é a

estratégia de Tom Wolfe, por exemplo, quando se anuncia como “o homem de chapéu de feltro na mão” e o “o homem com a gravata do Grande Almoço” (2005, p.31).

Além da preocupação estética, o uso desses artifícios se justifica como método de se libertar das estruturas fixas e busca pelo retrato da complexidade do fato noticioso, que possui múltiplos lados, entre os quais muitos que só se tornam acessíveis após uma vasta apuração. Lima (2014) resgata uma matéria de Rian Mala da década de 1990, na qual o jornalista quebrou todos os parâmetros convencionais quanto à forma ao escrever uma reportagem sobre a AIDS na África do Sul em formato de carta para o seu editor. Rian descobriu que o número de mortos pela doença era consideravelmente menor do que o anunciado pelo governo, que manipulava os dados para fazer seus gastos passarem por verba para combate à enfermidade. Ao tomar a forma de um relato sobre uma experiência documentada, a estratégia textual do jornalista enfatiza a disparidade entre a versão oficial e a realidade em si, um dos principais intentos do repórter.

O caso de Rian ilustra o grau de liberdade obtido pelo jornalismo literário e as finalidades às quais distintas técnicas linguísticas podem servir. As inovações permitiram ao estilo ir além da problemática versão difundida e retornar aos anseios do jornalismo em sua essência. Uma das regras a que o gênero não se submeteu, por exemplo, foi aceitar a simples reprodução da fala dos personagens. Alguns dos jornalistas mais proeminentes buscavam descobrir além da superfície e desvendar os pensamentos dos entrevistados:

Tento apreender a cena em sua inteireza, o diálogo e o clima, a tensão, o drama, o conflito, e então em geral a escrevo do ponto de vista da pessoa retratada... às vezes revelando o que esses indivíduos pensam durante os momentos que descrevo. Esse tipo de insight depende, naturalmente, da cooperação total da pessoa sobre a qual se escreve, mas se o escritor goza de sua confiança, é possível por meio de entrevistas, fazendo as perguntas certas nas horas certas, aprender e reportar o que se passa na cabeça de outras pessoas. (TALESE, 2004, p.10)

O último mecanismo explicitado por Wolfe é definido como o *status* de vida. O nome não traduz, à primeira vista, sobre o que se trata, mas consiste no registro de detalhes simbólicos, que revelariam os desejos ocultos, o comportamento perante os outros e os aspectos profundos de uma personalidade. Todos esses pormenores, captados por meio de hábitos, olhares e gostos, poderiam revelar informações que a pessoa não conta deliberadamente. Lima emprega o termo “metáfora” para explicar o *status* de vida. Ele afirma que os elementos simbólicos ajudam a criar uma imagem na nossa mente. A partir dessa visualização, estaríamos mais aptos a absorver a narrativa e conseqüentemente nos lembraríamos dela “muito depois de tê-la lido” (2014, p.22).

Voltamos a acentuar que a importância dos recursos enumerados não se restringe simplesmente ao fato de serem inovações. O papel fundamental que exerceram foi justamente o de aprimorar as estruturas antigas. Em vez de negar o jornalismo convencional, na verdade, o jornalismo literário o potencializaria. As tendências que lançou não foram criadas para serem aplicadas irreflexivamente ou apenas pelo seu valor estético. Precisam trazer novas significações para a narrativa, auxiliar o retrato complexo da realidade ou, como defende Lima (2014), revelar as dimensões ordinária e extraordinária de um fato.

Seja pelo uso das ferramentas largamente difundidas ou de outras, específicas de cada jornalista, o jornalismo literário marcou tanto a história da mídia, quanto a da literatura. Muitos repórteres fizeram nome e fama com o texto solto e autoral em jornais e revistas. Com o lançamento do romance-reportagem o estilo adentrou no mercado editorial. Nos próximos tópicos selecionamos alguns dos autores estrangeiros e brasileiros que mais contribuíram para a consolidação do gênero, para além do noticiário diário.

### **2.3. Despontam os pioneiros: desbravadores de um novo jornalismo**

O sucesso estrondoso do romance *Robison Crusoe* (1719) pode ter ofuscado outra parte da obra do escritor Daniel Defoe: sua produção jornalística. Contudo, muito antes do *Manifesto do Novo Jornalismo* ser lançado nos Estados Unidos, indica Pena (2011), em 1725, Defoe já se aventurava em reportagens policiais que utilizavam recursos narrativos para relatar fatos reais. O vanguardismo dessas reportagens faz com que muitos historiadores o reconheçam como o primeiro jornalista literário da história.

Outro repórter pioneiro, John Hersey, também é um nome recorrente entre os estudiosos do tema. Embora não tenha sido o primeiro a lançar o estilo, provavelmente realizou uma das contribuições mais importantes para o seu desenvolvimento. Em 1946 publicou *Hiroshima* na revista *The New Yorker*. O relato jornalístico, escrito como um romance, descreve a tragédia atômica japonesa através do depoimento de seis sobreviventes. O texto foi editado em formato de livro, e se tornou um clássico: ainda hoje a obra é considerada uma das documentações mais importantes sobre o episódio.

Ao longo da história, a guerra se mostrou um ambiente propício para o desenvolvimento de novas tecnologias. O jornalismo não fugiu à regra. Como vimos na introdução, a Guerra Civil americana produziu as condições necessárias para a criação do lide. Ao mesmo tempo em que a estrutura se alastrou com sucesso em muitas redações, também despertou a resistência entre alguns profissionais. A rebeldia consolidou o texto literário, como alternativa aos relatos rígidos que traíam a “verdade contextual” da guerra, que não é

feita somente de “fatos frios”, mas de “carnificina, caos, terror, loucura, dor, morte, destruição, muito sofrimento” (LIMA, 2014, p.37).

O irlandês William Howard Russel é um exemplo de não conformação com o jornalismo convencional. Insatisfeito com a cobertura da Guerra Civil americana, focada em números e estatísticas, se indispsôs ao discurso oficial e por treze meses entrevistou tanto autoridades de Washington quanto soldados e escravos do Sul do país. Este jornalista<sup>5</sup> explorou a liberdade textual do jornalismo literário e lançou uma série de reportagens em um formato extremamente pessoal: o diário, uma maneira no mínimo irreverente de colocar o leitor no centro dos acontecimentos.

Ao levar a experiência humana ao limite, os conflitos se tornam um cenário frutífero para o jornalismo literário. Os exemplos são inúmeros: além dos já citados, George W. Smalley do jornal New York Daily Tribune é uma das figuras que também merece destaque. Ele reportou em 1862 a batalha de Antietam Creek, que apesar de ter durado apenas um dia, causou cerca de 12 mil mortes para cada exército envolvido. Impedido de acompanhar as tropas na linha de frente, o ousado repórter disfarçou-se de ajudante de ordem de um dos generais para produzir seus relatos.

Esse tipo de narrativa, elaborada com escritos viscerais, despertou, ao menos nos EUA, o gosto por esse tipo de reportagem. Lima aponta que mesmo após o fim dos grandes embates, jornalistas como Frank Norris e Stephen Crane trouxeram o estilo dos antecessores para as notícias do cotidiano. Observadores de cenas urbanas, ambos utilizaram recursos aplicados por correspondentes de guerra, como a descrição de cenas e a reprodução de diálogos, nas matérias do dia a dia, veiculadas à mídia tradicional. Todos estes casos nos mostram que jornalismo literário há muito já lançara as bases para que mais iniciativas se solidificassem nas próximas décadas.

#### **2.4. A vanguarda brasileira**

Vimos, anteriormente, que os conflitos motivaram jornalistas de todo o globo a buscarem novos formatos que traduzissem a vivência da guerra. No Brasil também tivemos iniciativas similares. Possivelmente uma das mais expressivas foi a série de reportagens que Euclides da Cunha produziu para o *Estado de São Paulo* sobre os conflitos entre os seguidores de Antônio Conselheiro e os soldados da república.

Este contexto é familiar à maior parte dos brasileiros, não só porque remete a um dos episódios mais emblemáticos da história do país, como também pelo romance *Os sertões*

---

<sup>5</sup> (LIMA, 2014, p.38).

(1902), publicado a partir do material produzido por Euclides. Este livro se tornou um dos maiores clássicos da nossa literatura. Engenheiro e oficial do exército aposentado, o autor chamou atenção ao escrever dois artigos sobre a recém-declarada Guerra de Canudos. A grande repercussão dos artigos levou o *Estado de São Paulo* a convidá-lo para cobrir o combate no interior da Bahia.

Valendo-se da justificativa de que se tratava de um movimento monarquista de contestação ao governo, as autoridades republicanas enviaram três ofensivas para deter o poder, cada vez maior, de Antônio Conselheiro. As duas primeiras missões falharam e foram detidas pelos corajosos sertanejos. O movimento, na verdade, tinha um caráter muito mais religioso do que político. O líder, que fazia previsões e pregava a autonomia do arraial de Canudos, era considerado um messias pelos camponeses.

A última investida deu cabo ao conflito e dizimou Canudos. Nem mesmo crianças, velhos e mulheres foram poupados. Estima-se que ocorreram entre 15 mil a 30 mil mortes, tanto de civis quanto de militares. Os despachos enviados por Euclides para a redação diferenciavam-se da cobertura feita pela concorrência por dois aspectos principais: o afastamento da versão oficial e a tentativa de compreender a influência do meio sobre o povo da região. O trecho a seguir é uma célebre descrição do sertanejo:

É desgracioso, desengonçado, torto. Hércules-Quasímodo, reflete no aspecto a fealdade típica dos fracos. O andar sem firmeza, sem aprumo, quase gingante e sinuoso, aparenta a translação de membros desarticulados. Agrava-o a postura normalmente abatida, num manifestar de displicência que lhe dá um caráter de humildade deprimente. A pé, quando parado, recosta-se invariavelmente ao primeiro umbral ou parede que encontra; a cavalo, se sofreia o animal para trocar duas palavras com um conhecido, cai logo sobre um dos estribos, descansando sobre a espenda da sela. Caminhando, mesmo a passo rápido, não traça trajetória retilínea e firme. Avança celeremente, num bambolear característico, de que parecem ser o traço geométrico os meandros das trilhas sertanejas. (1901, CUNHA, p.48)

*Os sertões* não é uma leitura fácil. O livro é dividido em três partes: “A terra”, “O homem” e “A luta”. Em “A terra” a linguagem precisa e científica descreve características geológicas e topográficas do sertão. Já a segunda é um retrato do sertanejo em seus aspectos físicos, psicológicos e comportamentais. Por fim “A luta” é a narrativa dos sangrentos conflitos. Classificado como Pré-Modernista, o livro é uma forte denúncia da disparidade entre o litoral e o interior do país, este último, reduto em que o povo era abandonado à própria sorte.

Lima (2014) destaca outro escritor que atuou como jornalista e que figura entre os nomes mais célebres da literatura nacional: João Paulo Alberto Coelho Barreto, mais

conhecido pelo pseudônimo João do Rio. Ao contrário da maioria de seus pares, que enxergavam o jornalismo e a literatura como uma atividade secundária exercida por funcionários públicos que dispunham de tempo, João do Rio fez destes ofícios suas atividades principais. Sua produção jornalística retrata o ambiente urbano: os costumes da época, os tipos cariocas e o caráter prosaico da cidade.

Entre 1900 e 1920, época que coincide com a atuação do repórter, o Rio de Janeiro passava por transformações urbanas, sociais e culturais profundas. Decidido a equiparar a cidade às capitais europeias, o governo republicano chamou arquitetos e artistas franceses para realizar obras na infraestrutura. O Rio foi tomado por automóveis e salas de cinema que mobilizaram uma parte expressiva da população, ávida pelo modo de vida francês.

João do Rio teve a sensibilidade de retratar o impacto dessas mudanças na vida do carioca. Para tanto, saía às ruas e fazia enquetes - hábito pouco comum para a época -, entrevistas e, principalmente, observava o cidadão comum. O jornalista escreveu séries de reportagens que caíram no gosto da população. O carioca apreciou o seu retrato e continuou a consumir a obra de João quando as matérias foram transformadas em livros. *As religiões do Rio* (1904), por exemplo, é um retrato inédito do sincretismo religioso da então capital; e *A alma encantadora das ruas* (1908), trata do cotidiano pitoresco da cidade que o escritor carrega no nome.

Outro pioneiro no estilo foi Joel Silveira. Conhecido por suas críticas fortes e humor ácido, o jornalista logo foi apelidado como “A Víbora”. Pena destaca que, com apenas 26 anos, Joel cobriu a participação da Força Expedicionária Brasileira na Segunda Guerra Mundial para os *Diários Associados*. O repórter não poupou críticas nem mesmo para as farda dos soldados, que moldadas para “um frio de Friburgo”, precisariam proteger os militares de temperaturas que podiam chegar a 20 graus negativos (2011, p.66).

A obra-prima de Joel nasceu de uma desavença entre Assis Chateaubriand, dono dos Diários Associados, e Francisco Matarazzo Jr, membro de uma rica família industrial. A disputa se deu devido a um prédio de Chateaubriand que Matarazzo Jr reivindicava e atingiu níveis mais sérios quando este último adquiriu o controle do Grupo Folha. A matéria *A Milésima Segunda Noite da Avenida Paulista* foi feita a mando de Chateaubriand como um feroz ataque a seu inimigo. A brecha para a reportagem surgiu quando uma senhora pediu que escrevessem uma nota sobre o casamento da filha, operária das indústrias Matarazzo, com um noivo que trabalhava como torneiro mecânico nas fábricas da mesma família.

A cerimônia se realizaria no mesmo dia do casamento de um dos Matarazzo, oportunidade perfeita para Joel dar o bote. Chateaubriand fez questão que os dois eventos

recebessem o mesmo tratamento: duas páginas inteiras do *Diário da Noite* cobriam as duas cerimônias, uma ao lado da outra. A provocativa comparação salientava as diferenças entre o pomposo casamento dos patrões e a modesta cerimônia dos empregados, que trabalhavam duramente para sustentar os luxos da rica família. A reportagem foi transformada em livro homônimo e se tornou o maior sucesso de Joel, que morreu em 2007 com oitenta e oito anos.

O expressivo exemplo destes repórteres vanguardistas nos indica que o jornalismo literário já figurava na imprensa nacional muito antes da constituição de uma publicação voltada especificamente para o gênero. Mesmo antes de o estilo se consolidar nos Estados Unidos, repórteres brasileiros já realizam experimentos com a linguagem nas páginas dos periódicos e abriam caminho para que o estilo se popularizasse no país.

## **2.5. Novo Jornalismo: a velha arte de contar histórias**

Quando Tom Wolfe (2005) abriu uma edição da *Esquire*, publicada no outono de 1962, e se deparou com a transcrição de uma conversa íntima entre o astro do boxe Joe Louis e sua esposa, teve certeza de que o autor da matéria estava inventando. Naquele momento Wolfe ainda não sabia que os experimentos de Gay Talese seriam endossados por ele mesmo e deixariam os dois marcados na história do jornalismo. Era o começo do Novo Jornalismo, uma forte tendência estilística que durante a década de 1960 mobilizou diversos jornalistas americanos. O objetivo era renovar a forma de se produzir reportagens por meio do uso de recursos literários nas reportagens.

A proposta parece inovadora, mas os seus principais representantes negam o caráter ineditista tradicionalmente agregado a ela. De novo mesmo a iniciativa parece só ter o nome: já verificamos que textos semelhantes haviam sido produzidos por gerações anteriores de jornalistas. O que o grupo de repórteres americanos almejava era resgatar o velho e bom jornalismo que teria sido sufocado pela busca desesperada pelo furo e devido às limitações impostas pela padronização do lide. O compromisso com a essência do jornalismo, portanto, era o objetivo central. Para apoiá-los nessa empreitada os jornalistas se baseavam em conceitos básicos de reportagem, como a precisão dos fatos e o incessante trabalho de apuração.

Outro ponto debatido por seus maiores nomes é a ideia de que o Novo Jornalismo foi um movimento articulado por seus adeptos. Wolfe faz questão de frisar que não era planejado e “o que aconteceu foi que, de repente, sabia-se que havia uma espécie de excitação artística no jornalismo, e isso em si já era uma novidade” (2005, p.40). A geração que trocou o conforto das redações pelo contato com as ruas defendia que não bastava informar ao leitor

sobre um tema sem tê-lo visto de perto. A apuração era, antes de tudo, uma vivência, uma experiência que o jornalista experimentava em todos os seus extremos.

Essa condição foi levada ao limite por um de seus principais defensores, Hunter S. Thompson. Sua visão radical sobre a importância da participação do repórter nos fatos que descreve fez surgir uma nova vertente do jornalismo literário: o jornalismo gonzo, no qual “não se procura um personagem para a história; o autor é o próprio personagem” (PENA, 2011, p.57). Admirado por uma legião de fãs, Thompson virou um símbolo da contracultura americana. Dono de ousadia e senso de humor exacerbados, o repórter chegou a parar no hospital por tomar uma surra de um entrevistado. O jornalista tinha voluntariamente insultado e provocado a fonte para que a matéria ficasse mais interessante.

Embora de modo muito mais discreto, a presença de Gay Talese no texto também pode ser sentida em sua obra. Durante meses a fio, ele acompanhou<sup>6</sup> a construção da ponte Verrazano-Narrows, que liga os distritos de Brooklin e Steten Island, em Nova York. De capacete na cabeça o repórter se metia no canteiro de obras assiduamente, marcando ponto até em seus dias de folga. Talese virou amigo dos operários e frequentava suas casas. O resultado de tanta dedicação é um conjunto de reportagens que abarcam diversos aspectos relacionados à ponte: o rigor técnico da estrutura, o arriscado e divertido dia a dia dos trabalhadores, a decepção dos moradores obrigados a se mudar e até mesmo uma trágica morte na construção.

Em outra série de reportagem Talese demonstra com maestria um dom valioso para o ofício: a capacidade de observação. Nova York ganha contornos surpreendentes através de seus relatos. Assim como João do Rio revelou a essência e o inusitado do Rio de Janeiro no começo do século XX, o americano expõe detalhes desconhecidos de uma das cidades mais famosas do mundo. Os anônimos, os personagens simbólicos, as profissões estranhas e a desigualdade social aparecem nas obras dos dois jornalistas, mesmo que separados por épocas e espaços geográficos distintos.

Bem mais pomposo do que o colega - desde o modo de se vestir até a seleção das pautas - Tom Wolfe deixou sua marca no gênero através de inovações relacionadas à linguagem. Entre as façanhas<sup>7</sup> do repórter estão iniciar uma matéria com um enorme grito de presidiárias e incorporar o sotaque inglês de sua fonte ao próprio discurso a fim de representá-lo com fidelidade. Vestido com terno de linho branco, chapéu de panamá a tiracolo e detentor de uma arrogância que desagradava os colegas de profissão, Wolfe não poupava críticas ao jornalismo convencional. Dono de um senso de humor irônico e apurado, o repórter abusava

---

<sup>6</sup> (TALESE, 2004, p.135)

<sup>7</sup> (WOLFE, 2005, p.30)

das interjeições e não se limitava às regras canônicas sobre pontuação. Os textos procuravam reproduzir o gingado e a espontaneidade dos diálogos.

A onda iniciada por Gay Talese e Jimmy Breslin logo se alastrou entre seus pares. Além da *Esquire*, revistas como *Metropolitan* e *The New Yorker* passaram a divulgar o estilo narrativo. Lima aponta (2014) que esta última foi a que mais incentivou o gênero por meio de três medidas encabeçadas pelo criador da publicação: formação e valorização de uma equipe de jornalistas literários que recebiam bem e tinham tempo e autonomia para produzir seus textos; edição cuidadosa das reportagens para aprimorar a qualidade estética; e criação de um departamento focado em verificar os fatos relatados, o que reforçou o compromisso primordial com a verdade.

Estas decisões resultaram em uma coleção de reportagens notáveis divulgadas pela *The New Yorker*. Em 25 de setembro de 1965, a revista publicou o último dos quatro capítulos escritos por Truman Capote sobre o brutal assassinato da família Clutter, no interior do estado de Kansas. A publicação bateu recorde de vendas, sucesso que foi repetido pelo livro, lançado no ano seguinte. A obra, *A sangue frio* (1965), narra o impacto do crime na pequena cidade de Holcomb, a investigação policial e o desfecho do caso para os criminosos, condenados à morte. O livro se tornou um clássico da literatura americana. Este fenômeno de vendas indica que a confluência com a linguagem dos romances foi além das reportagens narrativas e invadiu um reduto tradicional da literatura: o mercado editorial. A exemplo de Capote, muitos representantes do Novo Jornalismo tanto transformaram as reportagens em livros quanto se aventuraram a lançar histórias de ficção.

Se nas estantes de livrarias os repórteres ganhavam espaço, na mídia impressa o movimento foi perdendo o fôlego. Lima (2014) comenta que acusações sobre uma suposta ficcionalização do jornalismo literário recaíram sobre muitas reportagens, inclusive *A sangue frio*, de Capote. Diante dessas suspeitas o Novo Jornalismo perdeu credibilidade e foi aos poucos deixado de lado até praticamente desaparecer da maior parte das publicações do período. Mas o legado da iniciativa é riquíssimo e continua a cativar leitores pelo mundo. No Brasil dos anos 1970, um grupo, possivelmente inspirado pelos americanos, entrou para a história da imprensa ao lançar uma das revistas nacionais mais conceituadas de todos os tempos.

## **2.6. Sem caravelas ou navegadores: a descoberta do Brasil pelas letras da Realidade**

Na década de 1960 o mundo passava por profundas mudanças políticas, culturais e sociais. A rebeldia inspirada pelas bandas de *rock* que revolucionaram o cenário musical foi

fortalecida pelo movimento *beatnick*, que pregava a liberdade e a vida na estrada. Além do contexto cultural, os questionamentos se distribuíram para o prisma geral da vida coletiva. Com o advento da pílula anticoncepcional, por exemplo, o espírito de liberdade se alastrou para o comportamento sexual da juventude. O lema “sexo, drogas e *rock and roll*” virou uma filosofia de vida para milhares de jovens. O movimento hippie pregava as lutas pacifistas e a negação da sociedade de consumo, uma das características fundamentais do sistema capitalista, que também foi posto em cheque.

O Novo Jornalismo soube traduzir os novos padrões culturais e a inquietude americana em textos nos quais a população pudesse se identificar e até mesmo desenvolver compreensões mais profundas sobre elas mesmas e o momento histórico em que viviam. As tendências mundiais, acrescidas à nossas próprias particularidades, contribuíram para produzir um contexto fértil para a intelectualidade brasileira. O Brasil também passava por transformações intensas. Além do conflituoso quadro internacional, a instabilidade política, os processos de industrialização e urbanização acelerada, serviriam de inspiração para movimentos culturais de vanguarda.

O embrião de algumas dessas manifestações já tinha sido formado, mas foi efetivamente nesse período que se lançaram em larga escala. Bossa Nova, Cinema Novo e Tropicália revolucionaram a cultura nacional e difundiram o desejo por renovação no país. De acordo com J. S. Faro, todos estes estímulos criaram um ambiente propício para o surgimento de uma publicação irreverente, que atendesse a estas demandas: “Nesse conjunto, a simples objetividade da informação se revelava carente de recursos para que a imprensa pudesse acompanhar o ritmo da vida nacional.” (1998, p.65).

A *Realidade*, revista da editora Abril criada em 1966 por Vitor Cívita, a princípio foi elaborada para fazer frente à determinada parcela dos leitores da *Cruzeiro*, publicação de variedades com penetração em praticamente todas as classes sociais, faixas etárias e regiões do país. Faro (1998) conta que o público alvo da *Realidade* foi definido por uma pesquisa de mensuração dos efeitos da edição número zero. Os resultados indicaram o perfil do possível consumidor: 85% dos leitores teriam entre 18 e 44 anos; 59% pertenceriam às classes A e B e a escolaridade de 73% destes seria equivalente ou acima do 2º grau.

A publicação superou as expectativas da própria editora e logo se tornou um sucesso. A primeira edição, com 250 mil exemplares, se esgotou em apenas três dias. Pautas sobre temas gerais de interesse público, a apuração rigorosa, a ambição estética e os textos com o estilo próprio do repórter, consolidaram a *Realidade* como um mito para a imprensa brasileira.

O trecho a seguir, retirado de um perfil sobre um palhaço e o homem que o interpreta, ilustra o esmero com o texto característico da revista:

Embora vivendo na mesma pessoa, Waldemar Seyssel e Arrelia são dois homens bastante diferentes. Admiram-se, respeitam-se. Há muita gratidão de um para outro [...] Quem convive com ambos, espanta-se com essas diferenças. E apenas Waldemar gosta de falar nelas. Arrelia prefere rir de tudo. – “Ele é assim mesmo” - explica Waldemar – “por isso gosto dele, e as crianças também. Um palhaço que se preza não complica as coisas. Ao contrário, reduz tudo à maior simplicidade, e o que é sério vira brincadeira, o que é triste se transforma na maior alegria”. E procura estabelecer as diferenças de personalidade entre os dois. Bem no fundo, acredita ser Waldemar a matéria e Arrelia o espírito de sua pessoa. Nem todo mundo consegue, quando quer, a felicidade de ver claramente o próprio espírito e conviver com ele. Os palhaços conseguem sempre. (Revista Realidade, 1966, p. 110 e 113)

A revista é possivelmente uma das publicações mais celebradas entre os jornalistas e ainda hoje estimula um número expressivo de pesquisas entre estudantes de Comunicação Social e História, fato que pudemos averiguar em nossas investigações. Faro (1998) aponta que em seu período áureo, entre 1966 e 1968, a publicação chegou a vender 500.000 exemplares por mês, números que decaíram até chegar a 120.000, em sua última edição, no ano de 1976. Ele destaca também que, influenciada por elementos conjunturais, nos três primeiros anos a *Realidade* consolidou os traços principais que a caracterizam historicamente. Uma das características mais evidentes da revista, o caráter transgressor, teria permitido abordar temas sensíveis à moral da época, como a autonomia feminina, relações livres, divórcio e aborto. Já o interesse social, outro aspecto muito influente na linha editorial, garantiu o aprofundamento nas mazelas do país. Matérias sobre analfabetismo e o perfil de um coronel do Nordeste são exemplos de assuntos problematizados pela publicação.

Drago (2012) relata que a capa da edição de maio de 1968 trazia uma foto do repórter José Hamilton Ribeiro ferido após pisar em uma mina na Guerra do Vietnã. A manchete, “Nosso repórter viu a guerra de perto”, enaltece a vivência do jornalista com o fato retratado. O próprio repórter diz em entrevista<sup>8</sup> que a publicação não aceitaria tratar do assunto mais importante do mundo, naquele momento, pelas mãos de terceiros. Além de Ribeiro, nomes de peso no jornalismo como Sérgio de Souza, Mylton Severiano da Silva, Woile Guimarães, Paulo Henrique Amorim, Eduardo Barreto, e Roberto Freire compunham a redação.

Faro (1998) indica que os principais profissionais da publicação eram militantes de esquerda e discutiam com a direção da Abril a fim de impor as pautas dos temas que

---

<sup>8</sup> Entrevista realizada no Programa do Jô, da Rede Globo, em 21/06/12. Disponível em: <http://gshow.globo.com/programas/programa-do-jo/videos/t/videos/v/jose-hamilton-ribeiro-lanca-livro-realidade-re-vista/2006580/> Acessado em 03/04/2015, às 15:20

consideravam mais relevantes. Tal liberdade foi restringida a partir de dezembro de 1968, quando foi decretado o Ato Institucional nº 5, que determinava a possibilidade de censura nos meios de comunicação. A Abril sentiu o baque da imposição. As pautas progressistas, preferência entre os jornalistas e os leitores, foram abandonadas. Combinada a fatores internos, essa limitação levou praticamente a equipe inteira a se demitir.

Os anos subsequentes foram uma lenta agonia da revista, que deixou de se diferenciar de outras publicações e já não despertava o encanto nos leitores. Apesar da nítida decadência, a *Realidade* marcou para sempre a história da imprensa nacional. Faro reporta um depoimento do repórter Woile Guimarães que demonstra a relevância da *Realidade* para a sociedade da época: “a revista mudou o comportamento do brasileiro. Suas abordagens do sexo, corajosas, sem sensacionalismo, destruíram muitos tabus - e foram seguidas por revistas semanais, que chegaram a se descaracterizar para também conseguir leitores” (in FARO, 1998, p.88).

## **2.7. Alcançando outras páginas: o romance-reportagem**

O romance-reportagem possivelmente é a expressão máxima da convergência entre jornalismo e literatura. É a maior representação do alto grau de hibridização que pode unir as duas áreas. Neste tipo de publicação, as reportagens saem das páginas dos periódicos e invadem o mercado editorial por meio do uso de técnicas jornalísticas e literárias. O compromisso fundamental do romance-reportagem é com o retrato da realidade. Portanto, apesar do formato livresco, não se propõe a fazer ficção, pois não abandona o pacto com a verdade factual. Como define Pena, os autores do romance-reportagem buscam “a representação direta do real por meio da contextualização e interpretação de determinados acontecimentos”. (2011, p.103)

A grande reportagem, modalidade deste segmento editorial, ultrapassa a função de relatar o fato noticioso e se concentra também em fornecer explicações e consequências - baseadas na realidade - para o evento noticiado. Lima (2014) destaca que o gênero é um ponto de fuga para jornalistas que já não encontram espaço para reportagens aprofundadas nos jornais e revistas. Embora esse nicho tenha perdido espaço na mídia tradicional, os romance-reportagem mantém um expressivo número de vendas, o que pode impulsionar os novos profissionais a embarcarem nas grandes narrativas jornalísticas. Catalão Junior (20108) relata que a biografia *Olga* (1989), do jornalista Fernando Moraes esteve durante 29 meses nas listas de livros mais vendidos. Outro empreendimento de sucesso foi *A viagem do descobrimento: a verdadeira história da expedição de Cabral* (2006), do repórter Eduardo Bueno, que permaneceu 24 meses entre os mais vendidos.

Entre os autores de romance-reportagem, vale destacar jornalistas previamente estudados nessa pesquisa, que são pioneiros no gênero, como Euclides da Cunha, João do Rio e Joel Silveira. A expressão “romance-reportagem”, todavia, nasceria somente na década de 1970, da tentativa do editor Ênio Silveira, da editora Civilização Brasileira, de classificar uma coleção de livros baseados em histórias reais e contados com contornos ficcionais. O sucesso estrondoso do segundo exemplar desse conjunto, *Lúcio Flávio, o passageiro da agonia* (1976), do jornalista policial José Louzeiro, impulsionou a denominação. O livro, que vendeu dez mil cópias em apenas quatro meses, conta a história do bandido Lúcio Flávio, famoso na década de 1970 por seus roubos e fugas espetaculares. As narrativas do repórter são ágeis e empregam com frequência a descrição de diálogos, característica recorrente do jornalismo literário e que reforça a sensação de estar vivenciando o desenrolar dos fatos.

O caminho trilhado por Louzeiro foi seguido por muitos outros repórteres. Um dos mais reconhecidos é Zuenir Ventura, talvez o mais célebre jornalista brasileiro vivo. Em *Cidade Partida* (1994) o autor revela as contradições e mazelas do Rio de Janeiro. As consequências da guerra contra a violência são mostradas pelo viés da classe média, que se empenha em movimentos pela paz, e pelo de suas maiores vítimas: os moradores de áreas favelizadas, que sofrem dia após dia com os embates entre policiais e bandidos. Apesar da grande repercussão, este não é o maior sucesso de Zuenir. A obra-prima do autor, *1968 o ano que não terminou* (1989), resgata o cenário político e social do ano de 1968 no Brasil e no mundo. As imposições e a dureza da ditadura militar são abordadas, assim como a contestação política e artística ao regime. A efervescência cultural do período, sustentada por Caetano Veloso, Chico Buarque e outros nomes, ganha destaque no livro.

Outra obra que merece ser lembrada é *Chico Mendes crime e castigo* (2003). Em 1989, o jornalista publicou uma aclamada série de reportagens sobre a morte de Chico Mendes e o movimento seringueiro no Acre. Ao longo de dois anos, Ventura realizou três viagens para a pequena cidade de Xapuri com o intuito de compreender a luta da preservação da floresta iniciada por Chico. Na época, o debate sobre sustentabilidade ainda não tinha se difundido pela sociedade e consciência ambiental era algo praticamente ignorado pelas organizações internacionais. Com desenvoltura e humor crítico, o repórter entrevistou amigos, familiares e até mesmo os culpados pela morte do líder para criar este perfil primoroso sobre uma personalidade que se tornou mundialmente reconhecida.

A contemporaneidade continua a produzir romances-reportagem. Um exemplo é *Rota 66* (1992), de Caco Barcellos. O livro denuncia os frequentes assassinatos praticados pela polícia militar de São Paulo. Cerca de 4200 vítimas foram identificadas graças ao

empenho do jornalista, que dedicou oito anos à pesquisa e sofreu uma série de ameaças por parte dos criminosos envolvidos com os crimes descritos.

Vale a pena ressaltar também um representante do gênero fora do Brasil, o clássico *Dez dias que abalaram o mundo* (1919), de John Reed. O autor presenciou acontecimentos marcantes da Revolução Russa de 1917 e os relatou neste livro em formato de diário. Reed teve um relacionamento tão intenso com o evento que se tornou amigo de Lenin e chegou a ser preso por se envolver com os comunistas. O repórter morreu em 1920, em Moscou, ao contrair tifo e foi o único ocidental a ser enterrado nas muralhas do Kremlin, próximo ao mausoléu de figurões da então União Soviética. O filme *Reds* (1981) ganhou três Oscar e outros prêmios ao contar a vida do destemido jornalista.

## **2.8. Evolução no jornalismo literário: adaptações ao mundo contemporâneo**

Os meios de comunicação sofreram transformações intensas nos últimos anos. Com o advento da internet e, mais recentemente, dos smartphones, é possível se atualizar sobre um fato que acontece no outro lado do globo em pouquíssimo tempo. A pesquisadora Moretzsohn (2002) aponta que essas mudanças levam à busca pelo furo – um dos objetivos que fundamenta o jornalismo praticamente desde o seu surgimento – a contradições cada vez maiores. Em tempos de acirrada competição entre veículos televisivos, impressos e online, a pressa de lançar a notícia em primeira mão constantemente afeta a qualidade da reportagem.

Os reflexos da obsessão pela velocidade podem ser comprovados cotidianamente. Ao consumir material midiático é comum encontrar erros de gramática e até mesmo informações mal apuradas. Na ansiedade de se igualar ao concorrente, os jornalistas não checam a veracidade da informação e acabam por reproduzir os mesmos erros. Esses graves vícios não apenas afetam a credibilidade dos veículos de comunicação como também comprometem a existência do bom jornalismo.

Sob a ótica da velocidade, revistas e jornais saem em desvantagem na briga com a televisão e os sites jornalísticos. O tempo de produção mais lento lhes rouba o ineditismo. Apesar da improbabilidade do furo, ainda assim estas mídias tentam se apropriar da linguagem ágil da comunicação instantânea. Uma das mudanças mais visíveis é a diminuição do tamanho do texto, empregada para atender ao leitor que deseja consumir a informação em um curto período de tempo. O foco para este público não estaria em compreender a motivação do fato noticioso e seus possíveis desdobramentos: o estritamente factual é o que o estimularia a buscar informação.

Outra alteração bastante evidente é a inserção na internet. Se antes o jornal era o único produto que ocupava a redação, hoje quase todos os veículos impressos possuem endereços eletrônicos, versões digitalizadas e perfis nas redes sociais. Essa pluralidade de frentes de atuação não veio acompanhada de um incremento da contratação de profissionais, o que torna o jornalista mais atarefado e reduz o tempo disponível para os ofícios tradicionais. A fim de atender a essas novas demandas, os veículos exigem jornalistas com a formação cada vez mais polivalente: além da matéria impressa, em muitas redações é preciso produzir conteúdo online, gravar e editar vídeos, gerenciar redes sociais e até mesmo realizar a cobertura fotográfica.

Todas essas medidas, entretanto, não impediram a queda acentuada do consumo de veículos impressos, que tiveram o público repartido com outras mídias. Os questionamentos sobre as alterações do modelo de mídia impressa e até mesmo a sua morte iminente, na visão dos mais apocalípticos, são discutidos correntemente pela sociedade. Mas esse debate não é recente. Costa (in DRAGO, 2005, p.11) relata que a queda nas vendas apavora jornalistas desde a década de 1980. Para remediar a crise, o jornal *USA Today* adotou novas estratégias: investiu na cobertura do cotidiano de celebridades e no jornalismo de serviço; passou a priorizar as matérias curtas, meramente informativas e instituiu a abundância de fotos e infográficos. Se não influenciaram os rumos da imprensa na época, as medidas do veículo ao menos adiantaram o que estaria por vir.

Com espaço cada vez mais reduzido para o texto e o tempo de produção reduzido, as grandes reportagens também foram desaparecendo no Brasil. Em redações cada vez mais enxutas e atarefadas, a reportagem de longa imersão se tornou praticamente um artefato de luxo, uma tarefa delegada quase sempre aos jornalistas consagrados de cada veículo. Nesse ambiente de restrições surge o questionamento inevitável: que espaço coube ao jornalismo literário na contemporaneidade?

O gênero adaptou-se e resistiu. O jornalismo literário ainda pode ser encontrado, mesmo que travestido de outros nomes. Nos EUA surgiu a denominação “New New Journalism” para se referir a um grupo bastante heterogêneo que se identifica com o estilo narrativo. Pena explica que na contramão de certa vertente glamorosa do jornalismo literário – representada principalmente por Tom Wolfe – a proposta basilar desta nova linha é “a opção por retratar os fracassos em vez dos sucessos” (2011, p.60). A fim de propor novas soluções para a sociedade, os jovens profissionais, encabeçados pelo veterano Gay Talese, exploram as histórias que ainda não foram contadas, as subculturas e a banalidade do cotidiano.

Lima (2006) constata que no Brasil o estilo também continua vivo. Por meio dos romances-reportagem, de revistas especializadas e da atuação de alguns jornalistas nas redações tradicionais, o jornalismo literário se perpetua e conquista admiradores. O autor destaca especialmente o trabalho de Eliane Brum, que através de uma narrativa desvolta e impactante leva o leitor a enxergar os significados ocultos por trás da superfície.

Gaúcha, Eliane iniciou a carreira no jornal *Zero Hora*, onde permaneceu por 11 anos. Segundo um ranking<sup>9</sup> criado da parceria do Instituto Corda com o site Jornalistas&Cia, ela é uma das jornalistas mais premiadas do país. A repórter foi colunista da *Época* e atualmente escreve para o *El País*. Em uma de suas reportagens mais conhecidas ela trilhou o caminho da Coluna Prestes. O resultado da jornada apresenta a descoberta das singularidades que compõe o Brasil. Em entrevista,<sup>10</sup> a repórter afirma que se sente honrada com a classificação de jornalista literária, frequentemente atribuída a ela e acrescenta:

Mas, pessoalmente, prefiro chamar apenas de bom jornalismo a reportagem que não reduz o mundo, que busca captar não só palavras, mas silêncios, hesitações, texturas, gestos, delicadezas e contradições. A realidade é muito mais do que aspas, e esta criatura complexa, seguidamente escorregadia, é a matéria do bom jornalismo [...] O bom jornalismo é aquele que se faz apurando todos os detalhes, atravessando a rua e mudando de ângulo várias vezes, sempre aberto para o espanto.

Nessa mesma entrevista a repórter cita uma de suas leituras preferidas: a revista *piuí*, que segundo ela “já se tornou uma referência na reportagem”. Além do campo jornalístico, a revista dedica espaço para ilustrações, poesia e humor. Mas são as reportagens de longa imersão que garantiram a sua preponderância no jornalismo literário atual, o que justifica o interesse dessa pesquisa. Junto ao gênero perfil, e à publicação *Veja*, a *piuí* é um dos temas a ser estudado no próximo capítulo.

---

<sup>9</sup> Disponível em <http://www.portaldosjornalistas.com.br/noticias-conteudo.aspx?id=174> Acessado em 16/09/2014, às 22:23.

<sup>10</sup> Entrevista realizada pelo portal Comunique-se em 08/03/13. Disponível em: <http://portal.comunique-se.com.br/index.php/entrevistas-e-especiais/71194-eliane-brum-o-bom-jornalismo-se-aplica-a-tudo-o-que-e-da-vida> Acessado em 18/10/2014, às 19:30.

### 3. O TEXTO DE REVISTA

No capítulo anterior acompanhamos a história do jornalismo literário no Brasil e no mundo, desde a sua origem até a propagação nos dias atuais. Esse resgate nos apresentou um gênero que de forma consistente, apesar da irregularidade temporal, fez frente a modelos canonizados, como o lide e a pirâmide invertida, e recuperou princípios do bom e velho jornalismo em formatos inovadores. O capítulo 2 nos auxiliará a compreender o estilo empregado na *piauí*, publicação com uma linha editorial que se diferencia da média das revistas de notícia atualmente produzidas no país. Neste capítulo, exploraremos o gênero perfil e o suporte de que os veículos do estudo de caso se valem para chegar ao consumidor: a revista, um meio que também possui as suas particularidades.

Para identificar essas singularidades vamos investigar o texto de revista em algumas das principais publicações brasileiras do tipo. De que forma o texto deste meio se diferencia do jornal impresso, televisivo, online e radiofônico? Como, dentro das características próprias do meio, esse mesmo texto se adequa para públicos e linhas editoriais distintas? A resposta para essas questões só pode ser alcançada com o estudo da história das revistas, que surgiram para cumprir uma demanda de aprofundamento da informação que a mídia existente não satisfazia.

Enquanto os jornais nascem com a marca explícita da política, do engajamento claramente definido, as revistas vieram para ajudar na complementação da educação, no aprofundamento de assuntos, na segmentação, no serviço utilitário que podem oferecer a seus leitores. (SCALZO, 2004, p.14)

A abertura para frentes que ultrapassam a transmissão do fato noticioso permite que as revistas tratem de uma variedade de temas muito mais abrangente. Uma visita a grandes bancas atesta a pluralidade de publicações destinadas a diversos interesses, muitos entre estes, inclusive, se distanciam do conceito de *hard news*. Há revistas específicas sobre moda, dieta, ciência, celebridades, automobilismo e história. Muitas se situam na fronteira entre jornalismo e entretenimento. Scalzo (2006) lembra que essa tendência, que ganha força com a segmentação cada vez intensa dos últimos anos, acompanhou o suporte desde o seu surgimento.

#### 3.1. A gênese das revistas no Brasil

O nascimento da revista está atrelado a duas vocações distantes do caráter noticioso: educação e entretenimento. Na primeira linha podem ser classificadas publicações como As

*Variedades* e *O Patriota*. Àquela, surgiu na Bahia em 1812 e se propunha a publicar discursos sobre costumes e virtudes morais; extratos de história; e trechos de autores portugueses clássicos. Já a segunda, nascida em 1813, no Rio de Janeiro, expõe textos referentes a múltiplos campos do conhecimento, como ciência, direito e artes.

A essas publicações seguiram-se outras que não desenvolveram diferenças substanciais em relação às pioneiras e após um curto período de tempo saíram de circulação. Em 1849, *A Marmota na Corte* lança o modelo das revistas de variedades, que abandonam o caráter estritamente pedagógico e dão vazão para o entretenimento. Uso intenso de ilustrações, textos curtos e humor constituíam o cerne da *Marmota*. Nesse mesmo ramo, a *Semana Ilustrada* e a *Revista Ilustrada* marcaram época. Além de divulgar ilustrações, a *Semana Ilustrada* realizou as primeiras experiências com fotografia no país.

No ano de 1905 o meio se expande para outros públicos e surgem as primeiras histórias em quadrinho na *Tico-Tico*, um sucesso entre as crianças por mais de 50 anos. O modelo serviu de exemplo para os gibis, que se consolidariam posteriormente por meio de edições em português de histórias da Disney ou por iniciativas brasileiras, como as histórias da consagrada turma da Mônica, de Maurício de Souza. Ao público adulto também foram ofertadas variadas publicações no começo do século XX: neste período, os intelectuais se voltam novamente para as revistas e lançam inúmeros títulos. Um dos destaques é a *Klaxon*, que em 1922 divulgou os ideais da Semana de Arte Moderna.

Como pudemos brevemente verificar, o Brasil já dispunha de uma ampla variedade de títulos em 1928, quando lançou o que viria a ser um dos maiores fenômenos de venda do país. *O Cruzeiro* foi uma aposta inovadora de Assis Chateaubriand que, além de ser dono dos Diários Associados, também inaugurou a primeira emissora de tevê no Brasil, a TV Tupi. A publicação valorizava a grande reportagem e levou o fotojornalismo a um novo patamar de qualidade. A receita deu certo ao longo de mais de 40 anos e em seu auge, na década de 1950, a revista chegou a vender 700 mil exemplares por semana.

Baptista e Abreu (2010) contam que a fim de atrair a atenção do público para o lançamento, Chateaubriand e sua equipe realizaram uma pioneira campanha de marketing de guerrilha. Confetes, serpentinas e folhetos foram jogados por aviões do alto de prédios da Avenida Rio Branco, no Rio de Janeiro. Os papéis traziam a seguinte mensagem: “compre amanhã *O Cruzeiro* (sic), em todas as bancas, a revista contemporânea dos arranha-céus [...] que tudo sabe, tudo vê” (2010, p.5). A propaganda ostensiva criou uma grande expectativa, que foi magistralmente correspondida: a revista apresentava uma qualidade estética elevada para os parâmetros da época e trazia bons textos de assuntos nacionais e internacionais. Após

décadas de sucesso, a decadência do império de Chateaubriand acabou se propagando para *O Cruzeiro*, que deixou de circular em julho de 1975.

A reboque da grande popularização das revistas ilustradas surge, em 1952, a *Manchete*, da Editora Bloch. *O Cruzeiro* e *Manchete* rivalizavam entre si no aspecto gráfico e fotográfico. Nessa disputa a mais nova conseguiu superar a concorrente. O texto também contava com nomes de peso. Rubem Braga e Paulo Mendes Campos tinham um espaço garantido para suas crônicas na *Manchete*, que conseguiu se manter nas bancas até o começo da década de 2000. A sua saída do mercado encerrou a era das grandes revistas ilustradas.

Se a gênese das revistas está atrelada a textos educativos e de entretenimento, muito distantes do jornalismo tradicional, a década de 1960 trouxe as primeiras iniciativas tipicamente jornalísticas. Comentamos no capítulo anterior sobre a importância da *Realidade* para o jornalismo no Brasil. Ciente do seu público – jovem, de classe A e B e com alto grau de instrução –, a revista sabia exatamente que tipo de polêmica interessaria o leitor e se adequaria à sua moderna visão de mundo. Mas as matérias de cunho literário não foram exclusividade da publicação.

A qualidade do texto também foi uma das apostas da *Senhor*, criada no começo da década de 1960. Reportagens bem escritas acompanhadas de literatura e humor crítico conquistaram leitores da classe média dos centros urbanos do país. A revista chegou a reunir grandes figuras da literatura nacional, como Guimarães Rosa e Clarice Lispector. O consagrado jornalista Paulo Francis se juntou à equipe em junho de 1960. Em pesquisa<sup>11</sup> feita para a prefeitura do Rio de Janeiro, Basso, comenta que a *Senhor* “pelo traço artístico na composição editorial, portou-se como uma obra de arte” (2008, p.9).

O nome da revista claramente remete ao universo masculino. A proposta era se direcionar à nata intelectual e econômica deste gênero. Contudo, como *Senhor* se considerava moderna, não poderia estar associada a ideias patriarcais. Basso (2008) lembra que o editorial do primeiro número definia que a revista era sobre o universo masculino, mas que isso não excluía as mulheres. Em um tom leve e de brincadeira o texto explicava que a *Senhor* era uma forma das mulheres conhecerem melhor os homens.

Nas reportagens e artigos que seguem essa apresentação os assuntos variam de uma crítica ferrenha ao sistema de ensino brasileiro à orientações de como escrever um bom romance policial. Na revista, dicas de moda para homem e análises sobre a política russa podiam conviver pacificamente, à distância de poucas páginas. Por aproximadamente cinco

---

<sup>11</sup> Cadernos de Comunicação – Série Memória. Disponível em <<http://www0.rio.rj.gov.br/arquivo/publicacoes-cadernos-sub-memoria.html>> Acessado em 12/02/2014, às 20:30.

anos, *Senhor* tratou de assuntos sérios com boas reportagens e de assuntos não tão sérios com o uso do humor. Contudo, os altos custos exigidos pelo projeto gráfico sofisticado e pelo pagamento dos colaboradores acima das tabelas salariais acabaram por minuar a revista que, apesar de muito apreciada por seus assinantes, não conseguiu conquistar um número suficiente de consumidores para se bancar. A *Senhor* é um exemplo claro de segmentação, tema a ser estudado no próximo tópico.

### **3.2. Segmentação: o leitor que o jornalista conhece**

A relação de proximidade entre revista e leitor, da qual a *Senhor* é um exemplo, pode ser explicada por muitos fatores. Scalzo aponta que o formato das revistas, que costumam caber na bolsa e a qualidade do papel, superior à de jornais, estimulam o leitor a colecioná-las. A periodicidade menor, que varia de semanal, quinzenal ou mensal, também é um diferencial e permite a elaborações de reportagens aprofundadas. Como não podem competir em velocidade com outras mídias, precisam investir em coberturas que vão além do fato noticioso. Para cumprir essa missão as revistas apostam em análises e reflexões. Com isso em vista, a leitura dessas publicações pode garantir ao leitor, senão a definitiva, pelo menos uma das versões mais completas de uma história, frente às mídias concorrentes.

Outra característica que pode esclarecer o apego do leitor é a segmentação: associada à essência da revista, essa peculiaridade incentiva o repórter a escrever reportagens mais específicas. O público alvo não é uma massa indistinta de eleitores, mas constitui um perfil bem definido em comparação a veículos mais englobantes. O texto da revista, portanto, consegue se adequar melhor ao que o consumidor busca encontrar. Scalzo avalia que “revista é também um encontro entre um editor e um eleitor”, um contato que “une um grupo de pessoas e dá sensação de pertencer a um determinado grupo” (2004, p. 12).

O caráter segmentado da revista foi incorporado ao jornalismo impresso por meio dos cadernos ou da elaboração de jornais voltados exclusivamente para uma área de interesse. O *Lance!*, por exemplo, é um jornal voltado para as notícias de esporte, com foco em futebol, que teve a primeira edição lançada em 1997. Outro fenômeno curioso em relação à segmentação é o surgimento de revistas acopladas a jornais. Destinadas a um setor específico, que varia de cultura e televisão a esporte e viagens, estas publicações funcionam segundo uma periodicidade típica das revistas. Elaboradas como uma tentativa de alavancar as vendas dos jornais, não podem ser vendidas separadamente e se posicionam na fronteira entre as revistas e os tradicionais cadernos jornalísticos.

A segmentação é uma característica típica das revistas, embora não seja inerente a estas. Publicações semanais de notícias, como a *Veja*, tratam dos mais variados assuntos, o que dificulta sua classificação em algum filão específico. O público alvo também é bastante amplo. A periodicidade, entretanto, obedece à lógica das revistas. Essas publicações veiculam tanto matérias informativas do cotidiano, quanto as que almejam profundidade maior. Esse tipo de revista tem representantes notáveis: *Veja*, *Época* e *Isto é* são alguns dos títulos mais populares no país, embora nos últimos anos algumas destas tenham passado por graves crises.

A *Quatro Rodas*, que desde 1960<sup>12</sup> informa sobre o setor automobilístico, é um exemplo bem sucedido de segmentação. A revista mantém seus leitores produzindo, com frequência, matérias de serviço: testes atualizam os amantes do automobilismo sobre as novidades do setor e ressaltam os pontos positivos e negativos dos carros mais cobiçados. A partir de 1973 inaugurou a seção “o longa duração”, na qual a produção comprava carros, testava-os por milhares de quilômetros e os desmontava para avaliar como as peças reagiram ao período de desgaste. A publicação também realizou experiências mais ousadas, que ampliam a sua proposta editorial.

A revista incentivou, por exemplo, matérias relacionadas a viagens, com textos mais fluidos e fotos atraentes. A boa aprovação do público rendeu a criação do *Guia Quatro Rodas*, um guia de viagem com avaliações de rodovias, restaurantes, hotéis e passeios. Outro movimento importante foi a abertura para reportagens investigativas. Em 1968 o repórter Domingos Meirelles ganhou o prêmio Esso de jornalismo ao mostrar como um deficiente visual conseguiu uma carteira de habilitação. Além desses intentos, a *Quatro Rodas* também realiza premiações. Já promoveu concursos de melhor motorista do Brasil e disputas entre os carros que mais satisfazem os proprietários. Essas competições costumam envolver o leitor e fortalecer o caráter interativo da revista. Todas essas iniciativas demonstram como o jornalismo segmentado pode trilhar caminhos distintos sem sair da área que o concerne.

A renovação é essencial para manter uma publicação viva. Uma das revistas mais antigas em circulação no Brasil, a *Capricho* já precisou se reinventar muitas vezes ao longo de seus 62 anos de história. A publicação nasceu em 1952, época em que as fotonovelas faziam um sucesso estrondoso. A revista chegou a vender 500 mil exemplares por quinzena na década de 1950, números que despencaram quando as telenovelas se popularizaram. Scalzo (2011) comenta que para sobreviver à televisão a *Capricho* reduziu o número de fotonovelas e se transformou em uma publicação de variedades para a dona de casa jovem.

---

<sup>12</sup> Disponível em: <http://quatrorodas.abril.com.br/acervodigital/>. Acessado em 05/05/2015, às 18:09.

Estigmatizada como “revista de empregada doméstica”, *Capricho* deixou de despertar o interesse de leitores e anunciantes. Em 1995 a publicação apostou, então, em um novo público, ainda inexplorado pelo mercado: as adolescentes. Uma completa reformulação conseguiu novamente alavancar as vendas. O novo público alvo difere consideravelmente do antigo. Scalzo (2011) conta que a leitora cativa de *Capricho* é mais atuante do que às de revistas voltadas para mulheres mais velhas. Essa faixa do público tem o hábito de se comunicar intensamente com a equipe de produção: endossam às promoções e respondem com centenas de cartas às perguntas da revista. A interação constante é proveitosa para os jornalistas e permite que a revista publique o que o público deseja ler. No entanto, apesar do forte laço com a *Capricho*, as leitoras crescem e abandonam a publicação em cerca de três anos, o que exige um reposicionamento constante da redação.

Mesmo agradando aos leitores, o conteúdo da *Capricho* e de outras revistas segmentadas são desmerecidos por muitos jornalistas. É evidente que sob a ótica do interesse público, os assuntos tratados nessas publicações não costumam ter o mesmo valor que o *hard news*. Contudo, uma visão mais profunda sobre esse mercado revela que o bom jornalismo pode ser encontrado em praticamente todo o tipo de revista. Para provar esse ponto vamos observar o caso da *Playboy* brasileira. Fundada em 1953 por Hugh Hefner, a *Playboy* original fez sucesso nos Estados Unidos como uma revista de entretenimento erótico voltado para o público masculino. Nascida como uma aposta incerta, o empreendimento teve excelente repercussão e ganhou edições em mais de 33 países.

Importada por Roberto Civita, a versão brasileira foi lançada em 1975 pela Editora Abril, em plena ditadura militar. Queiroz Baptista (2007) relembra que a censura vetou o nome *Playboy*, o que motivou Civita a pensar em outra opção: a *Revista do Homem*. O título só se tornou igual ao da publicação que a inspirou com o afrouxamento do regime, em 1980. Até chegar a esse ponto, a equipe precisou usar muitos truques para driblar o crivo militar. No lugar da nudez explícita publicavam-se fotos cortadas, retocadas e de garotas com camisetas molhadas.

Além dos ensaios fotográficos, o que salta aos olhos são as seções informativas da revista, que trazem novidades sobre literatura, cinema e moda. A *Playboy* mantém uma seção com entrevistas polêmicas. Entre as personalidades que já foram entrevistadas estão Fidel Castro, Yasser Arafat, Lula, Chico Buarque, Fernando Henrique Cardoso, Ayrton Senna, Fernanda Montenegro e Oscar Niemeyer; nomes surpreendentes para quem acredita que o conteúdo da revista se restringe a fotos de mulheres nuas.

Cabe ainda falar de outra publicação muito querida pelo público. A *Superinteressante* já nasceu como um grande sucesso. Logo na primeira<sup>13</sup> edição, em 1987, cinco mil leitores assinaram a revista. A proposta da publicação é informar ao leitor sobre ciência e temas do cotidiano de forma leve e acessível para leigos. Astronomia, drogas, religião e história são assuntos recorrentes no repertório da *Superinteressante*. Seja por meio de pequenas curiosidades ou por resumos de discussões polêmicas, a revista cumpre a função de informar sem deixar o leitor cair no tédio. Contudo, ao apelar para termos de fácil compreensão, a revista tende a comprometer<sup>14</sup> o conteúdo científico, que pode se tornar incompleto, debilitado e até mesmo inverídico, em casos extremos.

As publicações apontadas nesse subcapítulo tratam de assuntos muito diversos e nos ajudam a compreender a enorme abrangência de temas aos quais as revistas podem se dedicar. A segmentação é uma característica fundamental das revistas e tendo analisado as especificidades desse meio de comunicação, podemos nos concentrar nas publicações e na modalidade textual que dizem respeito ao nosso estudo de caso.

### 3.3. Perfil

Entre os gêneros jornalísticos, historicamente, o perfil talvez seja uma das modalidades de texto que mantém a mais próxima relação com o jornalismo literário. Naturalmente o uso deste estilo não é o único método para se escrever o retrato de um indivíduo. Contudo, se na maior parte dos textos jornalísticos as técnicas dos romances foram suprimidas, o perfil ainda é um espaço relativamente livre para se abandonar o lide e as estruturas clássicas do *hard news*.

A sessão de perfis da *piauí* é uma das mais celebradas de toda a revista. A elevada qualidade desses textos originou o livro *Vultos da República* (2010), uma reunião dos melhores perfis políticos publicados pela publicação. Os retratos da *piauí* podem ser incluídos no estilo jornalismo literário. As matérias da *Veja* centradas em personagens, por sua vez, se enquadram em modelos mais convencionais. Apesar das estratégias distintas, os textos das duas revistas buscam apresentar uma figura, portanto, vale a pena nos debruçarmos brevemente sobre o gênero que tem essa missão por excelência.

Ferrari e Sodré definem o perfil como o enfoque na vida de uma pessoa, que pode ser uma celebridade ou um tipo popular. Os pesquisadores definem que “diante desse herói (ou anti-herói) o repórter tem, geralmente, dois tipos de comportamento: ou mantém-se distante,

---

<sup>13</sup> Disponível em: <http://super.abril.com.br/superarquivo/> Acessado em 04/05/2015, às 18:02.

<sup>14</sup> Referência: <http://observatoriodaimprensa.com.br/ciencia/boa-surpresa-e-um-porem/> Acessado em 04/05/2015, às 18:24.

deixando que o focalizado se pronuncie, ou compartilha com ele um determinado momento e passa ao leitor essa experiência” (1986, p.126). A primeira atitude não exige que o repórter encontre pessoalmente o entrevistado e pode resultar no tradicional esquema de perguntas e respostas antecedidas por uma pequena apresentação referencial sobre o personagem.

Já a segunda opção permite que o narrador repasse o conteúdo da entrevista através de um discurso indireto. Aqui, o jornalista pode apresentar explicitamente o entrevistado, visto que já o conhece. Essas classificações, todavia, não são estanques: podem ser trocadas ou combinadas. Os autores apontam para uma terceira via, que resultaria justamente da mistura desses dois modelos. Nessa vertente o repórter desconhece o perfilado e relata a experiência do encontro no momento em que ele ocorre, uma estratégia que, ao trazer o encontro para o presente, intensificaria a impressão de realidade.

A despeito da presença de técnicas narrativas na constituição de perfis, o estudioso Sergio Vilas Boas (2003) defende que sem o texto literário o perfil não hipnotiza. Sozinhos, porém, estes recursos não bastam e a eles acrescentam-se também os conceitos gerais de reportagem. Em contraste com as linhas convencionais de jornalismo, o estudioso alega que o envolvimento profundo do jornalista é determinante para gerar empatia, uma característica fundamental para um bom perfil. A identificação com a experiência do outro seria a chave para compreender a personalidade do perfilado.

Mais do que conquistar o leitor, o perfil precisa capturar a história de um personagem além dos fatos mundanos que a compõe, e incorporá-la em um contexto. O pesquisador cita uma declaração<sup>15</sup> feita por Lima para expor que tipo de informação sobre um indivíduo efetivamente aprofunda o retrato de uma personalidade.

Apresenta-o através de coisas, números, dados sociais, achando que essas características externas, objetivas constituem uma pessoa. O protagonista só o é porque tem alguma coisa a dizer de dentro, não de fora. Em geral o jornalista ilustra o fato com a historinha de alguém. No entanto, o que se quer na boa reportagem é encontrar o protagonista que vai irradiar o contexto sociocultural, as raízes históricas de um fato. O repórter encontra o protagonista de uma matéria por meio de sua própria impregnação na experiência humana. (in VILAS BOAS, 2003, p.18).

Um dos obstáculos para a compreensão da personalidade do perfilado estaria embutido na visão do próprio repórter, que partindo de ideias pré-concebidas poderia enviesar a matéria. Para driblar essa dificuldade, Vilas Boas (2003) sugere que o jornalista escute o que o personagem tem a dizer. Para tanto, é preciso ir desarmado: ao contrário da linha denunciata preponderante no jornalismo contemporâneo, o perfil não almeja condenar ou atacar uma

---

<sup>15</sup> Entrevista realizada em 01/09/2002.

pessoa. O que não significa que possa ser tachado como um gênero chapa branca. O teor da reportagem reflete naturalmente os aspectos observados e estudados por quem a escreve, o que é bem distinto de manipular um texto a partir de preconceitos arraigados. Grandes perfis já foram escritos até mesmo sobre criminosos, como o já mencionado *A Sangue frio* (1965), que apresenta um retrato psicológico de dois assassinos. Absolutamente nenhum personagem está eliminado, a priori, do perfil. Se há demanda para entender um indivíduo, então ele merece um retrato.

Outro cuidado que o jornalista deve tomar é evitar que o perfil caia na banalidade da curiosidade frívola. O jornalismo de celebridade emergiu com as revistas sobre o universo dos famosos e vende números expressivos nas bancas. Em vez de atender o interesse público, estas publicações se focam em relatos invasivos ou artificiais sobre a intimidade de celebridades. Vilas Boas (2003) lembra que o perfil não almeja simplesmente o particular. Pelo contrário, se propõe, de fato, a iluminar aspectos universais através de biografias específicas.

O antológico perfil “Frank Sinatra has a cold”, escrito por Gay Talese para a revista *Esquire* em 1966, é um clássico do gênero. Talese escreveu um perfil primoroso, elogiado inclusive por conhecidos de Sinatra, sem trocar uma única palavra com o cantor. Resfriado e preocupado com as notícias sobre sua relação com a máfia, o artista cancelou a entrevista com o jornalista. Talese, entretanto, não desistiu da matéria, e por mais de três semanas seguiu os passos do astro e conversou com centenas de amigos, colegas de trabalho, familiares e funcionários que conheciam variados aspectos da personalidade do cantor.

Em um texto de *Fama & Anonimato* (2004), o jornalista questiona se uma entrevista cara a cara com Sinatra teria sido tão bem sucedida quanto a extensa apuração que realizou. Ele acredita que foi a pesquisa de campo que distinguiu seu trabalho dos múltiplos textos sobre o músico que dominavam a imprensa da época. Dos muitos pontos de vista sobre o qual Sinatra poderia ser representado, Talese escolheu os aspectos banais de sua vida, como um resfriado. Esta simples doença é enfrentada com gravidade pelo artista, o que revela particularidades que acabam por distingui-lo. Sem ser condescendente ou exageradamente elogioso, o repórter produziu um perfil exemplar que apresenta as contradições que compõe esse personagem. O trecho a seguir encerra com chave de ouro este subcapítulo e demonstra com maestria porquê este perfil é tão rememorado:

Sinatra resfriado é Picasso sem tinta, Ferrari sem combustível – só que pior. Pior porque um resfriado comum despoja Sinatra de uma joia que não dá para pôr no seguro – a sua voz -, minando as bases de confiança, e afeta não apenas seu estado

psicológico, mas parece também provocar uma espécie de contaminação psicossomática que alcança dezenas de pessoas que trabalham para ele, bebem com ele, gostam dele, pessoas cujo bem-estar e estabilidade dependem dele. Um Sinatra resfriado pode, em pequena escala, emitir vibrações que interferem na indústria do entretenimento e mais além, da mesma forma que a súbita doença de um presidente dos Estados Unidos pode abalar a economia de um país”. (TALESE, 2004, p.258)

### 3.4. *piuí*

Como pudemos perceber no subcapítulo 3.2, o mercado de revistas apresenta uma ampla variedade de títulos sobre os mais diversos assuntos. Essa pluralidade, todavia, pode ser mais homogênea do que parece. Quando uma publicação encontra um nicho de leitores não contemplado é comum que outras iniciativas semelhantes se sucedam. Foi assim com a *Capricho* que, ao mirar acertadamente no público adolescente logo teve que enfrentar a concorrência de outras revistas com o mesmo perfil. Mais recentemente, revistas sobre dietas e cuidados com o corpo começaram a se proliferar. Mesmo significativas em parâmetros quantitativos, essas publicações constituem uma enorme redundância, pois suas semelhanças são tão grandes que é difícil distingui-las.

Atualmente no Brasil, revistas que cobrem os mesmos assuntos tendem a fazê-lo sobre a mesma ótica. Se realizarmos um intento comparativo, possivelmente notaremos que essa abundância de títulos é enganadora, pois o conteúdo é bastante similar. A fim de se distanciar dessa padronização recorrente surgiu a *piuí*, uma opção que se propõe a ser singular entre tanta falta de diversidade qualitativa. O lema da revista “para quem tem um parafuso a mais”, antecipa que o público da publicação se diferencia da média da população. Ora, somente uma revista original poderia atender a esse leitor. A primeira edição, lançada em outubro de 2006, já continha as características que a marcariam nos anos subsequentes.

Algumas particularidades podem ser notadas à primeira vista. Ao contrário da maior parte das revistas, em formato 20 x 26,5, as dimensões da *piuí* são 26,5 x 34,8 cm. As medidas pouco convencionais implicam não apenas em um diferencial estético, como também em vantagens e desvantagens práticas. Se por um lado o tamanho não favorece a mobilidade do exemplar – difícil de ser dobrado ou carregado -, por outro é um facilitador da leitura. Aliado ao projeto gráfico, o tamanho estendido torna a diagramação mais limpa e legível. Há ainda o benefício de permitir uma quantidade maior de texto, aspecto revelador da linha editorial.

Outro atributo que salta aos olhos é a capa, que costuma trazer ilustrações de diferentes artistas. Alguns dos desenhos se referem a um acontecimento em debate na sociedade, outros consistem em iniciativas artísticas que aparentemente não se referem a um evento exterior, mas que podem ser interpretadas a partir das temáticas da edição. Uma breve

análise da capa verifica que os toques cômicos e artísticos se alternam e coexistem nessa primeira apresentação ao leitor. De pronto isto nos transmite que a *piauí* pretende lidar com assuntos que dizem respeito à vida em coletividade de forma mais descontraída. Revela também que a publicação busca produzir ou divulgar arte. Somente capas pontuais trazem fotos na primeira página, padrão recorrente nas revistas do jornalismo convencional. A *Veja*, por exemplo, costuma empregar três estratégias principais: montagem de fotos, combinação de imagem e texto, e cliques que depreciam ou valorizam certos personagens.

As ilustrações também marcam presença no interior da *piauí*. As da seção Esquina, que traz relatos curtos sobre acontecimentos interessantes ou irreverentes, costumam ser deliberadamente debochadas. Há também iniciativas que apresentam variação mais ampla. A cada edição um artista é convidado para estampar um conjunto de cartuns ao longo da publicação. O humor novamente é uma constante e pode-se rir da literatura, como ilustra a edição 98, da política brasileira, vide a número 97, ou até mesmo da própria *piauí*, ironizada na 100ª edição. Outros quadrinhos, porém desenvolvem reflexões mais graves e filosóficas.

Na publicação as fotos ganham espaço nos ensaios fotográficos. O número 99, por exemplo, traz o registro do último traje de jovens salvadorenhos encontrados em fossas e rios. Já na edição imediatamente anterior, o ridículo da espionagem russa é exibido por cliques indiscretos. As grandes reportagens podem trazer ilustrações ou fotos, embora as últimas sejam mais comuns. Nesse ponto, novamente as diferenças entre as duas publicações se tornam mais evidentes. Enquanto *Veja* bombardeia o leitor com inúmeras fotos com o intuito de tornar a leitura mais visual, *piauí* habituou-se a apresentar apenas uma foto por reportagem. Embora perca em quantidade, a imagem ocupa uma página inteira, o que somado à força das fotos selecionadas, à qualidade do papel<sup>16</sup> e às dimensões maiores, garante o impacto para o leitor.

Outro aspecto que costuma incitar perguntas é o título da revista. Não há uma grande explicação para o nome. Ao ser questionado em entrevista<sup>17</sup> se havia alguma justificativa, o cinegrafista e idealizador da revista, João Moreira Salles, explica que a razão está muito mais relacionada à sonoridade do que com um significado específico: “Vogal é macia, doce,

---

<sup>16</sup> *piauí* é a única revista no Brasil a utilizar o papel pólen, certificado pelo selo verde FSC (Forest Stewardship Council). Trata-se de um papel especialmente desenvolvido pela Suzano e pela Cia. das Letras, para tornar a leitura mais confortável. Disponível em: <[http://revistapiaui.estadao.com.br/assets/media/geral/apresentao\\_revista\\_piau\\_2014.pdf](http://revistapiaui.estadao.com.br/assets/media/geral/apresentao_revista_piau_2014.pdf)> Acessado em: 05/05/2015, às 19:11h

<sup>17</sup> Entrevista com João Moreira Salles no Programa Sempre um Papo. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=P8V5QnHALmo> Acessado em 26/02/2015, às 13:20h.

consoante é aguda e fere. Países tropicais as usam mais. Consoante é bom pra dar ordem. Vogal é bom pra descansar. É mais simpático uma palavra solar do que uma gelada”.

Apesar de inusitada, a explicação se encaixa bem ao perfil da revista. O compromisso da *piauí* com a informação é encarado de forma menos sisuda do que o da imprensa convencional. A publicação defende que é possível fugir dos textos regrados e enfadonhos. Como vimos na introdução, o estabelecimento de estruturas fixas foi importante para garantir certa credibilidade ao jornalismo. A contestação dos movimentos dissidentes questiona justamente a atenção dada a essa busca: o essencial, além da credibilidade, seria garantir uma leitura aprazível para o leitor, que poderia simultaneamente se informar e apreciar o texto. Esse pressuposto já nos indica os princípios que orientariam uma reportagem típica da *piauí*: uma matéria boa, afirma Salles na entrevista citada, é aquela que o leitor lê do início ao fim sobre um assunto que sempre achou desinteressante, mas que finaliza porque é bem escrita.

As reportagens da *piauí* colocam a forma de contar uma história no centro das atenções. Esse padrão se deve menos a uma tentativa de se encaixar no jornalismo literário e mais à qualidade narrativa que se pretende obter. O encaixe no gênero é uma consequência da postura adotada, mas jamais um princípio fundador. Portanto, muitos dos pré-requisitos do estilo são empregados sem necessariamente levar em conta o movimento. Nesse sentido o jornalismo literário funciona muito mais como uma metodologia para análises posteriores do que como uma orientação para o momento da prática.

Ao longo da história, muitos jornalistas chegaram ao gênero de forma acidental e repercutiram características semelhantes. O lide, por exemplo, execrado pelo Novo Jornalismo, também não tem espaço na *piauí*. As máximas sobre textos curtos e meramente informativos também não se encaixam na revista. Mesmo na contramão de quase tudo o que é feito atualmente, as reportagens longas da publicação conseguem encontrar leitores interessados. A revista tem uma média<sup>18</sup> de 114.000 leitores e o site, que replica algumas das matérias gratuitamente, registrou 192.863 visitas únicas em fevereiro de 2014.

Outra condição do jornalismo literário, a grande reportagem desenvolvida com o aprimoramento do texto e da apuração, é favorecida pela periodização mensal da revista. Em vez de matérias saídas no calor dos acontecimentos e que comumente não relatam o fato acabado, nesta revista as notícias são contadas a partir de reflexões levantadas com o impacto da situação. Ademais, como não há a urgência de informar, pode-se passar um tempo muito

---

<sup>18</sup> Pesquisa realizada por Estudos Marplan – Consolidado 2012– 13 Disponível em: <[http://revistapiaui.estadao.com.br/assets/media/geral/apresentao\\_revista\\_piau\\_2014.pdf](http://revistapiaui.estadao.com.br/assets/media/geral/apresentao_revista_piau_2014.pdf)> Acessado em: 01/ 03/ 15, às 10:15.

mais longo investigando e redigindo a reportagem. Apurações dessa dimensão não coincidem com jornalistas que permaneçam integralmente na redação, ou que façam entrevistas à distância. O aprofundamento e o tipo de texto que a revista preconiza exigem que o jornalista saia de sua cadeira e vivencie verdadeiramente a pauta.

Logo na primeira edição a repórter Vanessa Barbara frequentou um curso de telemarketing e adotou o codinome Sheila para aprender os segredos do ofício. Para o perfil de Fernando Henrique Cardoso, João Moreira Salles acompanhou o ex-presidente por dez dias, e entre compromissos e palestras, percorreu dez mil quilômetros ao lado do perfilado. Esses fatores influenciam diretamente para que os textos conquistem uma perenidade maior. Nesse sentido a *piauí* se afasta da missão mundana do jornalismo e se aproxima da arte, que almeja a permanência.

Voltemo-nos agora para outra divergência proeminente. A maior parte das revistas tenta fisgar o leitor através de grandes temas e teorias gerais, que chamam atenção justamente devido a sua abrangência. Nos últimos anos, por exemplo, a *Veja* abordou, seguidamente, vida saudável, soluções para o Brasil e o perfil do profissional bem-sucedido. Na *piauí* essa estratégia não tem vez. Quando se fala de um assunto é sempre encarnando o tema em uma personagem singular, em uma história concreta, real: o caminho oposto à abstração. A redação parte do preceito de que as grandes teorias explicam menos do que pretendem, o que os leva a buscar personagens e histórias palpáveis. Em vez formar soluções abrangentes para depois ilustrá-las, lançam-se primeiro os exemplos que, de forma indireta, ampliarão a compreensão sobre um tema. A informação não é dada de forma didática ou factual, mas como experiência afetiva. No perfil<sup>19</sup> de José Dirceu, por exemplo, detalhes como a necessidade de passar hidratante e o hábito de se admirar pelo espelho revelam um homem surpreendentemente vaidoso sem que se explicita isso.

Salles afirma que a *piauí* é totalmente anárquica em relação ao conteúdo. A número 1, por exemplo, traz um ensaio sobre a contribuição do papagaio para a formação da nacionalidade brasileira, uma matéria sobre a queda fatal de um pedreiro, uma reportagem acerca da primeira criança do mundo e outra sobre o dia a dia de uma funcionária que trabalha com telemarketing. Essa tendência abrangente é seguida nos próximos números, que se dividem entre perfis políticos, poesia, quadrinhos, relatos de repórteres internacionais, depoimentos pessoais e humor.

---

<sup>19</sup> Publicado na 16ª edição da *piauí*.

A divisão interior da revista também costuma variar. Entre as seções fixas estão: Esquina, Chegada, Diário da Dilma, Despedida e Cartas. Todas as outras variam de acordo com a edição, o que permite certa liberdade para elencar os temas. Ainda assim podemos identificar tendências recorrentes, mesmo que não obrigatórias. Cartuns, Poesia, Ficção, Tribuna livre da luta de classe, Portfólio, Vultos da República, Anais da História e Tipos brasileiros se revezam criando edições equilibradas, na qual “cabe desde o escracho mais escracho, a tolice mais tola até coisas que são muito sérias”, de acordo com Moreira Salles<sup>20</sup>.

### 3.5. Veja

A *Veja* é a revista de maior circulação nacional dos dias de hoje. Apesar do sucesso contemporâneo, o início da publicação não foi tão bem sucedido. Nascida em 11 de setembro de 1968, por dez anos a revista só gerou prejuízos para o Grupo Abril. Daniella Vilalta (2002) relata que a aposta de Roberto Cívita, filho do fundador da editora, Victor Cívita, demorou a engrenar. Com a decadência da *Realidade*, a Abril precisava de uma nova revista de informação que encobrisse os grandes temas da sociedade brasileira e as pautas relevantes do exterior. A nova proposta foi inspirada nos moldes da americana *Time*, uma revista semanal de caráter informativo.

A experiência com a *Realidade* lançou as bases para outra revista de grande tiragem e viabilizou que a nascente experiência contasse com um acervo de informações que se mostrou fundamental para a produção de notícias e de conteúdo diferenciado. Idealizada por Roberto Cívita e dirigida pelo experiente editor Mino Carta, a primeira edição estampava a foice e o martelo, os símbolos do comunismo, sobre um fundo vermelho. A chamada anuncia a matéria de capa: “O Grande Duelo no Mundo Comunista”<sup>21</sup>.

Mino Carta analisa (in VILALTA, 2002) que um dos motivos do fracasso inicial remeteria à falta de costume do público brasileiro com uma publicação de tamanho reduzido, numa época em que as revistas ilustradas ainda vendiam nas bancas. As fotos pequenas e a grande quantidade de texto podem ter incomodado o leitor, habituado à predominância da imagem. Outro fator determinante teria sido a censura militar, que impunha liberdade restritiva para os repórteres. Como parte da estratégia de recuperação, a publicação passou a editar um bem sucedido caderno de economia, que ganhou vida própria como a revista *Exame*. Somente em 1973 a *Veja* começou a ressarcir o prejuízo causado à editora e pagar os próprios custos.

---

<sup>20</sup> Entrevista com João Moreira Salles no Programa Sempre um Papo. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=P8V5QnHALmo> Acessado em 26/02/2015, às 14:00.

<sup>21</sup> Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/acervodigital/home.aspx>>, acessado em 04/05/2015, às 19:13.

O espaço conquistado pela *Veja* pode ter inspirado a criação de outras revistas informativas semanais, como a *Isto é*, em 1976, e a *Época*, em 1998. Apesar da concorrência, *Veja* ainda lidera as vendas. A preponderância foi solidificada devido ao papel fundamental da publicação no desenrolar de fatos de grande interesse nacional. Em 25 de abril de 1992, por exemplo, as lendárias páginas amarelas - espaço cativo para entrevistas - apresentavam o embrião de um dos maiores escândalos políticos do país. Em entrevista exclusiva, Pedro Collor de Mello denunciava desvios de dinheiro público feitos pelo irmão, o então presidente Fernando Collor de Mello, em suposta parceria com Paulo César Farias. As investigações subsequentes culminaram com o impeachment do presidente da República.

Outro período de destaque da publicação ocorreu em setembro de 2004, quando um conjunto de matérias impactantes da *Veja* revelou os esquemas de compra de voto do PTB pelo PT. O episódio envolvia o deputado Roberto Jefferson, que acabou por delatar o mensalão, um dos maiores casos de corrupção do país. As descobertas fizeram cair alguns dos ministros mais importantes da época e abalaram o primeiro<sup>22</sup> governo de Lula. Estes acontecimentos exemplificam a influência que a revista exerceu ao longo de sua história na sociedade brasileira. Contudo, nem sempre esta trajetória foi livre de problemas. Veremos a seguir que a *Veja* já se meteu em um grande número de polêmicas.

É possível perceber desde a década de 1990 um compromisso implícito da publicação com a agenda econômica neoliberal e um alinhamento ideológico com os partidos e os ideais da direita política. A partir das primeiras eleições para presidente após o período de ditadura, essa tendência ganha corpo principalmente como oposição constante ao Partido dos Trabalhadores (PT), seja quando era oposição ou nos momentos de situação. Além da campanha incessante contra grupos mais à esquerda, também se pode notar uma exaltação dos partidos mais conservadores - com destaque para o PDSB - e um abrandamento das denúncias contra seus representantes.

Como exemplo para esta posição da revista, podemos citar a edição 2397, de outubro de 2014, mês em que os brasileiros votaram para escolher o presidente da república. No dia 23/10, a *Veja* divulgou uma capa em que o ex-presidente Lula e a atual presidente, Dilma Rousseff, apareciam nas extremidades da página. No centro, uma denúncia alertava que “eles sabiam de tudo”, em referência aos escândalos de corrupção que envolvem a Petrobrás. Após a liberação de pesquisa que confirmava a liderança da petista, a edição, que só sairia em no

---

<sup>22</sup> Luis Inácio Lula da Silva foi eleito presidente do Brasil em 27/10/2002 e seu primeiro mandato ocorreu entre 2003 e 2006.

dia 29 foi adiantada como uma tentativa<sup>23</sup> de interferir nos resultados do segundo turno, realizado em 26/10/2014, e angariar os votos dos indecisos para o candidato do PSDB, Aécio Neves.

Além do adiantamento, a equipe da *Veja* divulgou panfletos com a impactante capa. A matéria, que supostamente evidenciaria o conhecimento dos protagonistas da capa sobre a corrupção na estatal, continha fontes imprecisas e declarações secretas que teriam sido ditas em um processo de delação premiada do doleiro Alberto Youseff. O advogado da fonte negou<sup>24</sup> que seu cliente tenha vazado tais informações. Até o momento as investigações não avançaram no sentido de provar as denúncias da revista. No dia 25/10, o Tribunal Superior Eleitoral (TSE) concedeu o direito de resposta<sup>25</sup> à coligação Com a Força do Povo, da candidata Dilma Rousseff, contra a editora Abril. A resposta foi publicada<sup>26</sup> no dia seguinte no site da revista. Como forma de repúdio ao episódio a presidente também divulgou um pronunciamento em cadeia nacional sobre o terrorismo político da *Veja*.

Apesar de chocante, o episódio não é exatamente uma surpresa para o público que acompanha criticamente a história da revista. Há erros menos dramáticos e mais risíveis, que revelam a importância atribuída pela publicação à checagem e à apuração, etapas essenciais da produção de notícias. Em abril de 1983, a *Veja* publicou na seção de ciência uma reportagem sobre a desenvolvimento de um produto formado por carne bovina e tomate, apelidado de “boimate”. A invenção, capaz de crescer em árvores, seria fruto da fusão de células animais e vegetais. A matéria foi baseada em um texto humorístico do periódico britânico *New Science*, divulgado como uma brincadeira de 1º de abril. O engano foi revelado<sup>27</sup> pelo jornal *O Estado de S. Paulo* na edição de 26/06/1983. Dois meses depois de cometer a gafe, a revista se desculpou na edição de 06/07/1983 por seu “lastimável equívoco”<sup>28</sup>.

A linha tendenciosa levou a *Veja* a ser constantemente questionada e reprovada por estudantes de Jornalismo e teóricos da área. Casos como a última eleição e uma tentativa do colunista da veja.com, Rodrigo Constantino, de associar o símbolo da Copa de 2014 ao PT,

<sup>23</sup> Disponível em: [http://observatoriodaimprensa.com.br/jornal-de-debates/o\\_odio\\_e\\_a\\_heranca\\_da\\_imprensa/?fb\\_action\\_ids=763794527024151&fb\\_action\\_types=og.recommends](http://observatoriodaimprensa.com.br/jornal-de-debates/o_odio_e_a_heranca_da_imprensa/?fb_action_ids=763794527024151&fb_action_types=og.recommends) Acessado em 06/05/2015, às 19:42.

<sup>24</sup> Disponível em: <http://www.cartacapital.com.br/blogs/midiatico/retificacao-em-depoimento-de-youssef-e-mentira-diz-advogado-6661.html> Acessado em 06/05/2015, às 20:20.

<sup>25</sup> Disponível em: <http://eleicoes.uol.com.br/2014/noticias/2014/10/25/tse-da-direito-de-resposta-a-dilma-no-site-da-revista-veja.htm> Acessado em 06/05/2015. Às 19:53.

<sup>26</sup> Disponível em: <http://veja.abril.com.br/noticia/brasil/direito-de-resposta> Acessado em 06/05/2015, às 19:58.

<sup>27</sup> [http://www.jornalismocientifico.com.br/jornalismocientifico/artigos/jornalismo\\_cientifico/artigo11.php](http://www.jornalismocientifico.com.br/jornalismocientifico/artigos/jornalismo_cientifico/artigo11.php).

Acessado em 03/05/2015, às 16:39h.

<sup>28</sup> <http://veja.abril.com.br/acervodigital/home.aspx>, acessado em 03/05/2015, às 16:41h.

geraram muitas críticas nas redes sociais. O mesmo colunista chegou a publicar uma comparação entre homossexualismo e zoofilia. Também são notórios os desentendimentos entre Mino Carta e os Civita, que culminaram com a saída do diretor da revista no final da década de 1970. Desde então Mino Carta, que também fundou a *Isto é* e a *Carta Capital*, não poupa críticas para o direcionamento que a revista tomou.

Polêmicas a parte, vale a pena analisar a estrutura atual da *Veja* para compreender a construção de perfis na revista. No subcapítulo 3.4 comentamos um pouco sobre a típica capa da publicação, que costuma estampar montagens de fotos, combinações de imagem e texto e cliques que depreciam ou valorizam certos personagens, conforme o teor da matéria sobre eles. A *Veja* se vale da ampla utilização de imagens e infográficos para ilustrar suas matérias. Nos últimos anos, o site da publicação tem conquistado espaço e produz conteúdo próprio que posteriormente é repercutido no exemplar impresso. A revista também mantém na web um importante acervo<sup>29</sup> com as versões digitalizadas de todas as edições.

Produzida semanalmente em dimensões 20,cm x 26,5cm, que garantem mobilidade, a revista de maior circulação no Brasil vende 1.027.682<sup>30</sup> exemplares por semana. A *Época*, segunda do pódio, vende 406.000 exemplares. O número de assinantes da *Veja* chega a 906.594. Também são editadas edições regionais como a *Veja São Paulo*, *Veja Rio*, *Veja Brasília* e *Veja BH*. As sessões essenciais que compõe a *Veja* são Carta ao Leitor, Entrevista, Leitor, Panorama, Brasil, Economia, Internacional, Geral e Artes & Espetáculos.

A Carta ao Leitor cumpre a função de um editorial. A Leitor, por sua vez, publica as cartas recebidas pela redação que avaliam e opinam sobre edições passadas. A Panorama é um misto de pequenas notas sobre diversos assuntos; imagem da semana; estatísticas; frases da semana e sobe e desce, que consiste em uma avaliação dos recentes acontecimentos em alta e em baixa. Às outras sessões – de denominações autoexplicativas – cabem as reportagens. Eventualmente publica-se um Especial, que consiste em um apanhado de relatos, números e imagens de um assunto extremamente relevante para o momento. Já o *Veja Recomenda* traz os lançamentos de discos, filmes e livros com suas respectivas críticas. Na mesma página costuma figurar o ranking dos livros mais vendidos no país.

Há ainda o time de colunistas da revista, que se revezam na publicação de artigos de opinião. Atualmente estão incluídos nessa lista Augusto Nunes, Claudio de Moura Castro, Diogo Mainardi, Geraldo Samor, Lya Luft, Maílson da Nóbrega, Reinaldo Azevedo, Ricardo Setti e Roberto Pompeu de Toledo. A opinião de alguns destes comentaristas, à exemplo do

---

<sup>29</sup> Disponível em: <http://veja.abril.com.br/acervodigital/home.aspx> Acessado em 06/05/2015, às 20:38.

<sup>30</sup> Disponível em: IVC Média jan a set/14.

posicionamento político da revista, tende quase sempre a reprovar as ações da personagem do próximo subcapítulo: a presidente Dilma Rousseff.

### **3.6. A mulher por trás dos perfis: a biografia de Dilma Rousseff**

Após termos explorado a história do lide, o jornalismo literário, o gênero perfil e o texto de revista, acreditamos estar munidos da base teórica que nos permitirá avaliar as personas de Dilma Rousseff que emergem de perfis construídos por publicações com linhas editoriais e práticas jornalísticas distintas. Mas antes, vale a pena, mesmo que brevemente, conhecer a biografia pública da personalidade que será abordada no estudo de caso. A trajetória abaixo foi elaborada por meio de pesquisa pela internet e as fontes serão indicadas nas notas de rodapé.

A atual presidente da República, Dilma Vana Rousseff, nasceu<sup>31</sup> em 14 de dezembro de 1947, na cidade de Belo Horizonte, em Minas Gerais. Filha de empreendedor búlgaro e mãe brasileira é a filha do meio entre três crianças. A família gozava de boa condição social. Aos 17 anos, Dilma ingressa no ensino médio do Colégio Estadual Central. O recém-realizado golpe militar já suscitava resistência de determinados setores da sociedade. O movimento estudantil, por exemplo, era bastante ativo nessa escola e despertou uma consciência política embrionária em Dilma. No mesmo ano ela começa a fazer parte da organização Política Operária (POLOP), advinda do Partido Socialista Brasileiro.

Divergências quanto a melhor forma de implantar o socialismo culminam com a separação do grupo. A vertente em que Dilma permaneceu forma o Comando de Libertação Nacional (COLINA). Nesse período, conhece Cláudio Galeno de Magalhães Linhares, com quem se casaria em 1967. O envolvimento com a organização leva Dilma a viver na clandestinidade, o que a obriga, em 1969, a abandonar o curso de economia na Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), que havia iniciado dois anos antes. Entre os codinomes que adotou para se esconder dos militares estão Wanda, Estela, e Maria Lúcia<sup>32</sup>.

Afeita aos estudos, se destacava entre os militantes por sua bagagem de conhecimento. Dilma dava aulas de marxismo e atuou no jornal *O Piquete*, mas sua militância no coletivo não se reduziu a esse âmbito. Apesar de não participar efetivamente das ações armadas, ela teria ajudado a planejá-las. Como forma de se opor ao regime e angariar fundos, o COLINA promoveu assaltos a banco, roubos de carro e atentados à bomba.

---

<sup>31</sup> Disponível em: <http://eleicoes.uol.com.br/2010/pre-candidatos/conheca-a-trajetoria-de-dilma-rousseff-pre-candidata-a-presidencia-pelo-pt.jhtm> Acessado em 04/05/2015, às 19:29.

<sup>32</sup> Disponível em <http://noticias.bol.uol.com.br/brasil/2010/02/21/veja-cronologia-da-vida-de-dilma-rousseff.jhtm> Acesso em 05/05/2015, às 19:37.

Em 14 de janeiro de 1969, uma reunião do COLINA foi bruscamente interrompida pela polícia. Alguns jovens reagiram e mataram dois policiais. Por estarem muito envolvidos com a organização, Dilma e Galeno viram alvo de investigações e se mudam em segredo para o Rio de Janeiro. Nessa época ela conhece o então chefe da dissidência do Partido Comunista Brasileiro (PCB): o advogado Carlos Franklin Paixão de Araújo, com quem viveria por cerca de 30 anos. A separação de Dilma e Galeno foi pacífica.

Carlos Araújo participou das negociações para unir PCB, COLINA e a Vanguarda Popular Revolucionária (VPR). A unificação<sup>33</sup> deu origem ao VAR-Palmares, grupo que organizou o roubo ao cofre de Ademar de Barros, ex-governador de São Paulo. O assalto arrecadou 2,5 milhões de dólares. A versão de que Dilma comandou a ação ganhou fama. Contrariando o relato de outros guerrilheiros, ela nega ter participado de ações armadas.

Diferentes visões sobre o enfoque do grupo geraram uma divisão entre “militaristas” – defensores da disputa armada - e os “basistas”, que se dedicariam à conscientização das massas. Dilma permaneceu com a segunda vertente. Após a cisão, foi enviada a São Paulo, onde esteve encarregada de manter em segurança o armamento que coube a seu grupo.

Em janeiro de 1970, Dilma foi presa em São Paulo durante uma operação armada para capturar militantes. Ela ficou detida na Operação Bandeirante (Oban), onde foi torturada com palmatória, pau-de-arara e choques elétricos. Depoimentos de presos políticos que a acompanharam neste período costumam ressaltar a coragem e a força que Dilma demonstrou nestes dias difíceis. A jovem só sairia da prisão no final de 1972. Condenada a seis anos de prisão, após cumprir três, teve a pena reduzida pelo Superior Tribunal Militar para dois anos e um mês. Uma vez solta, se estabeleceu em Porto Alegre e começou a trabalhar em 1975 na Fundação de Economia e Estatística (FEE). Dois anos depois, finalmente termina o curso de Economia, pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul. A calmaria, entretanto, logo se encerraria e Dilma foi demitida após ter seu nome incluído em uma lista de subversivos.

Em 27 de março de 1976, dá à luz a sua única filha, Paula, fruto do relacionamento com Carlos Araújo. Em setembro de 2010, Paula daria à mãe o seu primeiro neto, Gabriel, que já protagonizou cenas engraçadas com a avó em frente a jornalistas. Mas até chegar a esse ponto de sua vida, Dilma ainda teria um longo caminho a trilhar.

Ao lado de Brizola participou da fundação do Partido Democrático Trabalhista (PDT) no final da década de 1970. Pelo partido, Araújo seria eleito deputado estadual em 1982, 1986 e 1990. Após participar ativamente da campanha vitoriosa de Alceu Collares à prefeitura de

---

<sup>33</sup> <sup>33</sup> Informação disponível em <http://noticias.bol.uol.com.br/brasil/2010/02/21/veja-cronologia-da-vida-de-dilma-rousseff.jhtm> Acesso em 05/05/2015, às 19:40.

Porto Alegre, Dilma foi nomeada Secretária Municipal da Fazenda. Ao ser eleito governador, em 1990, Alceu indicou Dilma para presidente da FEE<sup>34</sup>, a mesma instituição da qual fora expulsa na década de 1970. Dilma permaneceu no cargo até 1993, quando foi indicada para comandar a Secretaria Estadual de Energia, Minas e Comunicações. No final do ano seguinte larga o posto - conquistado com a influência de Araújo - ao descobrir um filho do marido fora do casamento. Posteriormente o casal se reconciliou e permaneceria unido até o ano 2000.

Dilma retomou a carreira política em 1998, após apoiar o petista Olívio Dutra no segundo turno para o governo do Rio Grande do Sul. Nomeada Secretária Estadual de Minas e Energia, consolidou a parceria entre estatais e empresas privadas. O programa aumentou em 46% a capacidade de atendimento do setor elétrico. Conflitos entre PT e PDT, entretanto, levam Dilma a desfiliar-se do seu partido e ingressar no PT, em 2001<sup>35</sup>. A eficiência de Dilma no governo Dutra lhe garantiu em 2003 o posto de Ministra de Minas e Energia do primeiro governo Lula. Logo se tornaria conhecida como uma gestora técnica, centralizadora, e pouco afeita à politicagem. Como ministra comandou o programa Luz para Todos e defendeu um modelo que se aproximasse da iniciativa privada e pulverizasse a ação do Estado no setor.

A fim de evitar um apagão, a ministra entra em um grave embate com a ambientalista petista Marina Silva, que acusava as obras lideradas por Dilma de provocarem desequilíbrio ecológico. Outra desavença se deu com o presidente da Eletrobrás, Luiz Pinguelli Rosa<sup>36</sup>, que a tachou de autoritária. As cobranças da ministra, exigente e incansável com o trabalho, tornaram-se notórias na mídia. Após o escândalo do Mensalão, que envolvia o ministro da Casa Civil, José Dirceu, Dilma foi escalada para substituí-lo, em 2005. O destaque do seu ministério foi a gestão do Programa de Aceleração do Crescimento (PAC).

A partir de 2007, começa a ser apontada como a escolhida por Lula para concorrer à presidência. A candidatura só seria oficializada em 13 de junho de 2010. Antes dessa ocasião, todavia, uma fatalidade ameaçou suas chances de se lançar candidata. Em abril de 2009, Dilma revelou que estava se submetendo a um tratamento com sessões de quimioterapia contra um câncer no sistema linfático. Novamente, a força e a garra de Dilma costumam marcar a fala dos que acompanharam a sua luta contra a doença. Dilma chegou a raspar o cabelo antes que começasse a cair - efeito colateral das sessões de quimioterapia - o que a fez

---

<sup>34</sup> Disponível em <http://noticias.bol.uol.com.br/brasil/2010/02/21/veja-cronologia-da-vida-de-dilma-rousseff.jhtm> Acesso em 04/05/2015, às 19:45.

<sup>35</sup> Disponível em <http://oglobo.globo.com/politica/dilma-a-primeira-mulher-presidente-do-brasil-2931686> Acesso em 04/05/2015, às 20:00.

<sup>36</sup> Disponível em [http://pt.wikipedia.org/wiki/Dilma\\_Rousseff](http://pt.wikipedia.org/wiki/Dilma_Rousseff) Acessado em 04/05/2015, às 19:47.

usar peruca durante sete meses. Em setembro do mesmo ano foi considerada curada por sua equipe médica.

Superada a doença, o foco do PT voltou-se para as eleições. Dilma ainda era uma desconhecida para grande parte da população e a campanha deveria creditá-la como responsável por muitos dos programas bem sucedidos do governo Lula. A eleição<sup>37</sup> chegou ao segundo turno, no qual Dilma enfrentou o tucano José Serra. Foi eleita em 31 de outubro de 2010 e se tornou a primeira mulher presidente do Brasil com 56,05% do total de votos válidos. A vitória é uma conquista para as mulheres e consagrou a trajetória política de Dilma, que foi a primeira mulher a ocupar todos os cargos públicos em que atuou.

A equipe ministerial de Dilma contava com representação feminina considerável. Os ministérios se dividiram entre nomes do PT e representantes da base aliada. Sucessivos escândalos de corrupção a fizeram alterar o quadro de ministros. As mudanças, todavia, impactaram de forma positiva entre os brasileiros, que a enxergavam como uma “faxineira da corrupção”, situação, inclusive, reforçada pela mídia. Os aliados e conhecidos também invocam esse discurso e destacam a intolerância aos maus hábitos políticos como um traço forte de Dilma. Ao longo do governo a presidente se esforçou para impor seu estilo pessoal e se distanciar da influência eclipsante de Lula.

O cenário internacional, mais desfavorável do que o de seu antecessor, abaixou as expectativas de crescimento. As medidas desenvolvimentistas adotadas pelo governo para manter a economia aquecida foram duramente criticadas por economistas e pela oposição. A gestão inflou o Estado e controlou preços de luz e gasolina para manter a inflação baixa. A mídia logo cunhou a denominação “contabilidade criativa” para definir os mecanismos empregados pelo governo para maquiar os resultados da economia. Outra crítica recorrente é a pouca atenção que a presidente conferiu aos movimentos sociais.

Apesar dessas grandes adversidades, o governo conta com uma vitrine importante. Alguns dos pontos positivos são a alta do poder de compra do consumidor, embora esteja agora ameaçado pelo crescimento da inflação; a baixa taxa de desemprego, que voltou a crescer no segundo governo; o Minha Casa Minha Vida, e o PRONATEC. Em 2014 a ONU anunciou que, pela primeira vez, o Brasil abandonara o mapa da fome e apontou as políticas assistencialistas petistas como fundamentais para a mudança.

---

<sup>37</sup> Disponível em: <http://g1.globo.com/politica/eleicoes/2014/noticia/2014/10/dilma-e-reeleita-presidente-e-amplia-para-16-anos-ciclo-do-pt-no-poder.html> Acessado em 04/05/2015, às 19:53.

O baixo crescimento do PIB<sup>38</sup>, a inflação galopante e o atraso do PAC, por sua vez, empurram o otimismo para baixo. Os altos índices de aprovação começaram a cair a partir do terceiro ano de governo, impulsionados pelas Jornadas de Junho de 2013, que levaram milhões de brasileiros às ruas em protestos difusos contra a política, a corrupção e os megaeventos esportivos. A Copa de 2014 foi considerada um sucesso em todo o mundo, apesar dos atrasos nos preparativos e das altas cifras do governo empregadas nas obras.

O temperamento rígido de Dilma e as exigências constantes aos ministros instauraram um ambiente político dentro do PT favorável à volta de Lula como candidato. O movimento não abalou as convicções de Dilma, que se lançou à reeleição. A presidente enfrentou uma dura e instável disputa. Se as primeiras pesquisas indicavam a liderança de Dilma e do tucano Aécio Neves, o acidente de avião que resultou na morte do candidato do PSB, Eduardo Campos, gerou reviravoltas. O falecido foi substituído por sua vice, Marina Silva, da Rede Sustentabilidade. Marina disparou nas pesquisas, mas perdeu fôlego perto da votação. O segundo turno opôs novamente PT e PSDB, confronto que se repete nesta instância desde 1994. Dilma garantiu a vitória com 51,64% dos votos válidos, um dos resultados mais apertados da história do país.

O novo governo se inicia em meio a incessantes escândalos de corrupção da Petrobrás e com a divisão cada vez maior da base aliada. Para aumentar a credibilidade do país frente à economia global, o ministro da Fazenda, Joaquim Levy, adotou medidas de ajuste fiscal que contrariam a campanha que reelegeu a petista. O ambiente atual está bastante pessimista em relação ao futuro. A base aliada tem se rebelado contra o PT e frequentemente abandona o partido em importantes votações para o governo. Esse cenário vai exigir de Dilma capacidade de diálogo tanto com partidos e mercado financeiro, quanto com a população, que já não a identifica como a pessoa mais adequada para lidar com as mazelas do país.

Conhecer o passado recente da presidente é fundamental para avaliarmos a atitude corrente da *piauí* e da *Veja* em relação a Dilma. No começo do estudo de caso poderemos verificar brevemente como a presidente está sendo atualmente retratada por essas publicações. Entretanto, é importante ressaltar que os perfis escolhidos para o nosso estudo se centram na juventude de Dilma e em sua atuação como ministra, portanto, não incluem os anos em que exerceu o cargo de presidente.

---

<sup>38</sup> Informação disponível em: <http://g1.globo.com/politica/eleicoes/2014/noticia/2014/10/dilma-e-reeleita-presidente-e-amplia-para-16-anos-ciclo-do-pt-no-poder.html> Acessado em 04/05/2015, às 20:10.

#### 4. TÉCNICA E PRODUÇÃO DE SENTIDO

Começaremos o estudo de caso observando a imagem de Dilma Rousseff historicamente construída nas duas publicações de nossa análise. Para cumprir essa tarefa verificamos todas as edições da *Veja* desde janeiro de 2003, quando Dilma virou ministra de Minas e Energia, durante primeiro governo Lula e da *piauí* desde outubro de 2006 – quando a revista foi criada. Dentre esta amostra, para delinear o histórico abaixo, consideramos apenas os registros mais relevantes.

Nosso critério de relevância consiste em incluir as matérias mais extensas e os textos que convergem para formar uma imagem recorrente de Dilma ao longo do conjunto das edições. Visto que o número de referências da *Veja* a Rousseff é muito superior do que o da *piauí*, é natural que o subcapítulo da primeira se estenda um pouco mais do que o da segunda. É importante esclarecer que quando a edição em que a matéria aparece não é citada, esta pode ser encontrada nos parênteses após a referência ou nas notas de rodapé.

##### 4.1. A imagem de Dilma na *Veja*

A primeira vez que Dilma aparece na revista *Veja* é na edição 1784, ao ser empossada ministra. A matéria apresenta uma mulher com fama e biografia de “durona” (p.35). O texto destaca que apesar do temperamento forte, a ministra caiu no choro durante a cerimônia. Em seguida, recupera a militância política de Dilma durante a ditadura militar e relembra os codinomes que utilizava na época.

O segundo vislumbre da ministra a apresenta como “O cérebro do roubo ao cofre” (edição 1785, p.36), em menção ao cofre do ex-governador de São Paulo, Adhemar de Barros. O roubo foi organizado pelo grupo VAR-Palmares, em 1969. No subcapítulo 3.6 apresentamos a polêmica sobre esse caso: alguns militantes afirmam que Dilma foi uma das cabeças da ação, mas ela nega ter planejado o assalto. Esta é uma das reportagens escolhidas para essa análise, portanto será avaliada em maior profundidade mais adiante.

No número 1787 surge a imagem da “poderosa Dilma” (p.32), que seria consolidada nas próximas edições. Segundo a matéria, ela tem força e desenvoltura para comandar o seu ministério. A edição 1806 ressalta que a ministra concentra poderes no setor elétrico, comandado com mãos fortes por ela. Dois números depois, a política aparece como uma das ministras favoritas do presidente. No final de 2003 (edição 1832), Dilma fica em sexto lugar na avaliação de desempenho de ministros feita por formadores de opinião.

No ano seguinte, Dilma não teve destaque na *Veja* até a edição 1880. A briga com Marina Silva sobre a construção de uma usina expõe uma ministra exigente com o andamento dos trabalhos e irritadiça em relação a outros políticos. Quando é nomeada para o Ministério da Casa Civil, em junho de 2005, o foco das reportagens da 1911 salienta mais a saída de Dirceu do cargo do que a entrada da nova ministra. Até então, Dilma apareceu pouco na revista e quando marca presença é sempre um reforço ao temperamento mandão, dedicado ao trabalho, impaciente e exigente. Na 1020, por exemplo, destaca-se que desde que assumiu a Casa Civil ela não saiu do gabinete do Palácio do Planalto antes da meia-noite.

Ao longo de 2007, durante o segundo mandato de Lula, as referências a Dilma começam a se tornar mais constantes. A ministra se torna cada vez mais essencial no governo, como exhibe a edição 1990, e ganha a alcunha de gerentona do Programa de Aceleração do Crescimento (PAC). Na 1993 a *Veja* aponta que, se bem executado, o pacote poderia melhorar a eficiência do Estado, mas não a economia do país. Outra crítica é que o PAC traria poucas novidades, pois muitas obras teriam sido idealizadas pelo governo de Fernando Henrique Cardoso. Em março do mesmo ano (edição 2000), o colunista Stephen Kanitz elogia a tese de Dilma de que é preciso diminuir a taxa de juros para reduzir o custo do capital social da empresa, o que seria um avanço frente ao discurso da esquerda, que deseja mexer na taxa focada no gasto social e no investimento do Estado.

Na edição 2009 a revista revela que Dilma e o então governador da Bahia, Jaques Wagner, passaram na lancha de Zuleido Veras, um empreiteiro envolvido em esquemas de corrupção. Diego Mainardi comenta sobre o caso em sua coluna<sup>39</sup>, mas retifica na edição seguinte que a ministra tinha sido informada por seu companheiro de viagem que o veículo havia sido alugado. Em setembro de 2007 (edição 2027), a revista avalia que a ministra tem a difícil missão de tirar o PAC do papel e mostrar que o projeto não é apenas uma sigla.

O temperamento difícil da ministra é retratado pela edição 2032: Milton Zunac, presidente da Agência Nacional de Aviação Civil (Anac), se queixa dos xingamentos de Dilma, que o culpa pelo caos aéreo de então. Em dezembro<sup>40</sup> começa a se especular que ela poderia ser a candidata petista para as próximas eleições. A retrospectiva (edição 2041) de 2007 volta ao tema e coloca Dilma como um dos destaques do ano.

---

<sup>39</sup> Edição 2010, disponível em <http://veja.abril.com.br/acervodigital/home.aspx>. Acessado em 11/05/2015, às 12:20.

<sup>40</sup> Edição 2038, disponível em <http://veja.abril.com.br/acervodigital/home.aspx>. Acessado em 11/05/2015, às 12:26.

O ano seguinte reverberaria outro traço marcante da ministra: a intolerância com a corrupção. A 2044 publica a insatisfação do PMDB com Dilma, que estaria barrando candidaturas do partido. Em fevereiro (edição 2046), o controle da ministra sobre as enormes despesas dos cartões corporativos de servidores é a bola da vez. A edição 2050 mostra Lula testando a popularidade de Rousseff. A matéria traz um infográfico com prós e contras da candidatura: apesar de ter acesso aos diversos âmbitos do governo, o que seria positivo, a ministra nunca havia disputado uma eleição, fato chancelado como um obstáculo para a vitória.

Em março, Mainardi afirma que está torcendo para que Dilma seja a candidata, pois “sem a Dilma o PT chega em terceiro lugar. Com a Dilma ele chega em quinto” (edição 2052, p.133). Nos números 2053, 2054 e 2055 ela aparece envolvida em um dossiê sobre Fernando Henrique Cardoso (FHC), que teria sido feito a mando do seu gabinete. A ministra nega as acusações e Lula afasta a hipótese de demiti-la. Posteriormente<sup>41</sup>, uma sindicância concluiria que não havia problemas no documento. O resultado das investigações foi ironizado pela revista.

Quando a candidatura da ministra é confirmada na edição 2008<sup>42</sup>, intensifica-se o interesse por ela, inclusive em esferas distantes do ambiente político. O câncer, por exemplo, foi assunto de diversas reportagens ao longo de 2009. A doença a fez ser capa (edição 2111) da *Veja* pela primeira vez, com a chamada “A candidata e o câncer”. A edição avalia o impacto da doença na sua candidatura e as chances de cura. Um tópico bastante discutido no texto é a suposta politização da doença pelo PT.

Não nos compete avaliar se isto de fato aconteceu, mas no âmbito jornalístico o comportamento da publicação é contraditório. Reclama-se (edição 2111) que o partido não teria dado espaço para o recolhimento de Dilma, quando a própria revista explorou a doença o máximo que pode. As datas das sessões de quimioterapia, por exemplo, foram noticiadas na mesma edição como um furo do repórter da editoria de saúde. Considerando os limites éticos e deontológicos do jornalismo, esta divulgação é bastante questionável, pois desrespeita a privacidade da ministra em um momento delicado de sua vida.

Outro possível abuso foi feito na número 2114, pois apesar de Lula negar um terceiro mandato, a matéria “Ela e os golpistas” (p.58) levanta essa possibilidade caso Dilma não

---

<sup>41</sup> Edição 2072. Disponível em <http://veja.abril.com.br/acervodigital/home.aspx>. Acessado em 11/05/2015, às 12:38.

<sup>42</sup> Edição 2087. Disponível em <http://veja.abril.com.br/acervodigital/home.aspx>. Acessado em 11/05/2015, às 12:40.

esteja bem. Ainda sobre o câncer da ministra, a mesma edição traz um infográfico com a descrição do desenvolvimento da doença. Uma foto de Dilma é usada para indicar o impacto da doença sob as diversas partes do corpo. O problema nestes casos não consiste em levantar o tema – relevante para a vida pública no contexto das próximas eleições -, mas sim no tipo de abordagem definido pela revista, potencialmente invasivas.

Outro tema que costuma estar bastante associado à Dilma é o ex-ministro José Dirceu, na época acusado pelo esquema do Mensalão. Apesar de não exercer mais um cargo público, suas ações são monitoradas<sup>43</sup> pela *Veja*. Há insinuações de que ele teria certo domínio sobre Dilma e encontros e telefonemas entre os dois costumam ser noticiados, como evidencia a número 2134. Mesmo depois das eleições, a edição 2232 ainda retrataria Dirceu como um poderoso chefe que teria um gabinete secreto onde conspiraria contra o governo Dilma.

A mudança do visual da ministra também é um assunto recorrente: as matérias se dividem entre observações estéticas e comentários sobre os desafios na política. Confirmando a atenção dada à aparência, na número 2124 há observações sobre a bolsa de Dilma, que apesar de parecer, não é de uma grife renomada. Já o jornalista Diego Mainardi compara a ministra ao personagem do seriado mexicano *Ugly Betty*<sup>44</sup>.

Seguindo essa linha, a edição 2137 traz a matéria “A reconstrução de Dilma”, com detalhes das mudanças na aparência da candidata. Na 2166 o topete loiro da candidata é aprovado pela seção Sobe e desce. A mudança nos dentes de Dilma também é motivo de nota. Cabe dizer que a *Veja* é uma revista de variedades, portanto não há nada que impeça estas observações, mas nos questionamos se a atenção à aparência é condizente com o compromisso jornalístico da publicação. Como informação que permite ao leitor conhecer Dilma, certamente algumas destas observações tem valor. O enfoque e a insistência, entretanto, flertam com a curiosidade frívola.

Pudemos observar que a revista é afeita a hipóteses, que são levantadas e afastadas na onda dos acontecimentos. A *piauí*, por sua vez, devido a suas editoriais flexíveis e periodicidade maior, costuma noticiar fatos bem solidificados, distantes do calor dos acontecimentos. Assim como se especulou sobre um possível terceiro mandato de Lula, por exemplo, especula-se que caso se livre das acusações, Palocci poderia substituí-la na campanha. A edição seguinte traz uma notinha informando que é mesmo Dilma a candidata.

---

<sup>43</sup> Edição 1993. Disponível em <http://veja.abril.com.br/acervodigital/home.aspx>. Acessado em 11/05/2015, às 12:53.

<sup>44</sup> Betty é uma secretária eficiente, mas pouco atrativa que trabalha na Mode, uma revista de moda.

Outro ponto constante quando se fala de Dilma é a comparação com Lula. Quando ainda era candidata, usava-se muito a metáfora “criador e criatura”. Dilma aparece como uma candidata sem experiência, um brinquedo manipulável nas mãos do presidente. Esse discurso da personagem construída também é reforçado durante a campanha eleitoral. O PT teria criado mitos sobre Dilma como forma de promovê-la.

Quando Dilma é eleita a situação muda ligeiramente. A influência do ex-presidente sai do foco. Contudo, muitas vezes a presidenta ainda aparece apagada em comparação ao antecessor. A atitude de Dilma é avaliada inclusive como um contraponto a Lula. Na edição 2198, que comenta a cerimônia de posse, há uma exaltação sutil de Dilma em comparação a Lula. Já na 2210, aponta-se que a nova presidente é popular sem populismo, uma crítica velada à Lula.

Nos quatro primeiros meses do mandato, os comentários sobre Dilma eram majoritariamente favoráveis. A revista exaltou sua popularidade, estilo de governar e a independência em relação ao Lula. Quando em alguma crise a política recorre ao padrinho é duramente criticada, como na edição 2219. Frequentemente a revista desaprova atitudes do ex-presidente e do PT. Mas, curiosamente, Dilma, em geral, é separada desses comentários. Apesar de ser uma invenção<sup>45</sup> de Lula, segundo a *Veja*, Rousseff teria governado melhor do que seu criador. Em seu segundo ano (edição 2305), a presidenta ainda pagaria pelos erros do antecessor que, por sua vez, passa do limite ao tentar influenciar o mandato da apadrinhada. A notícia aponta que Dilma poderia ser enganada por Lula, que estaria mais preocupado em defender seu legado do que o dela.

A edição 2222 afirma que Dilma dá gesto de grandeza política ao reconhecer ganhos de FHC, o que Lula sempre se negou a fazer. Já a 2231 enaltece a limpeza realizada por Dilma no ministério em contraponto a Lula, que se esforçaria para manter as coisas inalteradas. Enquanto ele arquiteta para que a CPI do Cachoeira desvie atenção do mensalão, Dilma não usaria a investigação para esses fins. A edição de número 2270 defende que a Comissão da Verdade de Dilma é livre de revanchismo, ao contrário da proposta pelo ex-presidente.

O retrato de Dilma como uma líder dedicada e exigente se mantém no começo do mandato. Ela seria a faxineira contra corrupção. No escândalo de propina do Partido da República (PR), no ministério dos transportes, Dilma (edição 2225) agiu rápido, mas não conseguiu reverter a situação. Após a hesitação da presidenta em despedir Lupi e

---

<sup>45</sup> Edição 2267. Disponível em <http://veja.abril.com.br/acervodigital/home.aspx>. Acessado em 11/05/2015, às 13:09.

Pimentel, ministros envolvidos em escândalos, o tom elogioso se arrefeceu e ela é acusada de ter sucumbido ao fisiologismo do jogo político.

Como vimos no subcapítulo 3.5 (p.46), nos últimos anos a linha editorial da *Veja* tem se mostrado alinhada com as políticas econômicas neoliberais e com uma agenda social conservadora. Na 2268, por exemplo, defende-se os bancos contra os ataques da presidente às altas taxas de juros. Essa linha se mantém na 2282, que elogia as privatizações anunciadas por Dilma como um “choque de capitalismo”(p.58). Podemos observar esse alinhamento quando a revista avalia negativamente políticas progressistas como cotas raciais e regulamentação da mídia. A edição 2319 retrata a ala mais à esquerda do PT como radicais que tentam impor uma república bolivariana do Brasil. Cria-se uma narrativa dos radicais do PT contra a justiça democrática.

A lua de mel da *Veja* com Dilma se encerrou em 2013, quando a publicação começou a retratá-la de forma mais negativa. Cobra-se resultados da economia, que apresenta números pífios e condena-se a estratégia do governo para controlar a inflação, como na edição 2317, que traz o tema na capa. A reportagem tem um tom cômico e ridiculariza a presidenta por meio de símbolos da emancipação feminina, outro exemplo que reitera o alinhamento ideológico da publicação. Em geral, as fotos de 2013 são extremamente desfavoráveis e mostram uma presidente constantemente emburrada. Dilma começa (edição 2325) a aparecer como uma chefe mandona que precisa exercitar a arte de ouvir.

Em junho deste ano emergiram as difusas manifestações populares e a publicação (edição 2237) aponta que Dilma assistiu perplexa aos movimentos da rua. Ela estava em um dilema: sabe o que é certo, mas não age para agradar PT (edição 2238). Não estamos mais diante da decidida e forte gerentona. Observando a trajetória de Rousseff na *Veja* é possível verificar que a revista costuma retratá-la sempre em polos extremos. Quando se refere à política nacional, a publicação recorre de forma recorrente a tons radicais. Assim que o Congresso começou a reagir aos protestos a revista os enalteceu com um discurso extremamente elogioso. Quando discordaram das mudanças propostas pela população, os condenaram. As abordagens sempre adquire um caráter enérgico, e os temas aparecem como soluções ou possíveis destruidores da pátria. Ainda em 2013, o programa Mais Médicos (edição 2336), e a diplomacia (edição 2337) do governo Dilma são duramente criticados.

2014 foi o ano das eleições e da fatídica capa “Eles sabiam de tudo”, já mencionada neste trabalho. A avaliação do povo brasileiro sobre a presidente despenca neste ano. A Petrobras se torna o símbolo de má gestão da presidente e a edição 2368 estampa a seguinte chamada de capa: “como o PT está afundando a Petrobras”. A economia também foi fonte

constante de críticas, como na matéria “Porque quando a Dilma cai a bolsa sobe” (2367). As reclamações se espalham para outras instâncias e o decreto de Dilma que permite movimentos sociais participem do governo é considerado (edição 2377) bolivariano.

Desde o segundo semestre de 2013 a publicação começou a dar espaço para os candidatos da oposição. Essa tendência se mantém no ano da eleição. Enquanto os escândalos do PT são duramente criticados, a edição 2384 trazia as razões e os erros de Aécio no caso do aeroporto, que seria “impecável do ponto de vista legal” (p.56). Para os petistas, entretanto, raramente são apresentados argumentos de defesa. Enquanto a propaganda online do partido é qualificada como “guerra suja na internet” a atuação tucana neste campo é ignorada. A *Veja* de número 2395 exhibe um sorridente Aécio Neves na capa, que de acordo com a chamada seria o fator surpresa da eleição.

Entretanto o candidato do PSDB perdeu nas urnas e a edição 2398 traz uma matéria sobre como conviver com mais um governo Dilma. Desde o final de 2014 até a metade de 2015 o tom crítico permanece: os problemas com o PMBD e o ministério são um prenúncio do difícil mandato que aguarda a presidente. A imagem do partido derrete, enquanto as denúncias da Lava Jato não param de cessar. O único ponto positivo do novo ciclo seria Joaquim Levy, o novo ministro da Fazenda: ele foi retratado (edição 2402) como uma nova chance para a economia.

#### **4.2. A imagem de Dilma na *piauí***

Assim como na *Veja*, Dilma demorou a chamar atenção da *piauí*. Talvez este ofuscamento possa ser explicado pela personalidade discreta da política. Em abril e julho de 2009, Luiz Maklouf Carvalho escreve os perfis de Dilma que analisaremos em breve. Depois disso, o novo destaque veio somente em dezembro de 2011. A pauta era o câncer. O texto se volta para a forma como a candidata recebeu a notícia da doença. O título “A vida não é fácil. Nunca foi” é bastante informativo sobre a matéria, que anuncia não apenas o problema de saúde, mas os desafios que ao longo da vida se impuseram na vida da presidente, e a forma como lidou com eles.

Valendo-se de estratégias completamente distintas, as primeiras notícias sobre Dilma tanto na *piauí* quanto na *Veja* chegam a um denominador comum: a ministra é durona e sua força é uma das características que mais se evidenciaram em sua biografia. Mas as diferenças no tratamento do tema logo saltam aos olhos. Enquanto a *Veja* faz uma análise que recorre a infográficos e a um certo cientificismo, na edição 63, *piauí* retrata as reações, os gestos e à

atitude da ministra diante da doença. Os aspectos físicos e práticos da enfermidade não são explorados pela representante do jornalismo literário.

A periodicidade possivelmente desempenha um papel preponderante neste caso. As primeiras referências da *Veja* ao assunto datam de um período logo após a divulgação da doença. Já a *piauí* abordou o tema somente quando o desenvolvimento do quadro da doença de Dilma era bastante positivo. Por outro lado, o tempo de publicação só justifica o enfoque até certo ponto. As suposições quanto à influência da enfermidade no jogo político pela *Veja* se justificam devido à incerteza do momento. Mas não seria contraditório a publicação criticar a politização da enfermidade pelo PT e também fazer suposições que não se baseavam em fatos palpáveis? Ao optar por publicar a história depois, *piauí* se livra das incoerências éticas.

Uma reportagem de 2011 sobre o ministro Gilberto Carvalho<sup>46</sup> expõe o já conhecido temperamento brusco de Dilma. A presidenta, que tem bastante dificuldade de conviver com corrupção, promove ondas de demissão de ministros envolvidos em escândalos. Apesar de sua idoneidade, a sensação de que o Planalto estava envolto em um mar de lama se confirma cada vez mais. Os parlamentares veteranos teriam sentido a diferença do estilo afastado da presidenta em relação ao temperamento acalorado de Lula. Nem tudo, todavia, seria dureza em Dilma. A reportagem nos mostra uma mulher com senso de humor, e que se tornou mais maleável desde que virou presidente.

A número 72 torna a pôr Rousseff no centro das atenções. Desta vez se analisa o estilo político de Dilma. Nesse sentido as revistas tendem a convergir sobre algumas conclusões. Aspectos como a pouca conveniência com corrupção, a rigidez com ministros, impaciência com a barganha política, o temperamento seco e perfil tecnocrata são identificados pelas duas publicações. As diferenças, porém são gritantes.

A insistente comparação elogiosa de Dilma em relação a Lula da *Veja* dá lugar a confrontos mais amplos, entre a presidente e seus dois antecessores no cargo. A vantagem nem sempre está com Dilma. Avalia-se que, apesar de sua grande aprovação, ela se encontra em uma situação muito mais delicada do que a dos dois presidentes antes dela. A forma como vai lidar com estas questões é o que pode confirmar ou não sua popularidade e os benefícios do seu estilo de governar. Neste texto há inclusive uma referência a própria *Veja*. O jornalista, Celso Rocha de Barros, afirma que o elogio a Dilma em comparação a Lula pela *Veja* poderia ser uma racionalização da discussão política, já que a publicação acharia difícil admitir o

---

<sup>46</sup> Edição 60. Disponível em <http://revistapiaui.estadao.com.br/edicao-60/vultos-da-republica/os-ouvidos-do-planalto> Acessado em 11/05/2015, às 15:26

governo moderado que foi liderado pelo radical de esquerda sobre o qual alardeou durante anos.

A repórter Daniela Pinheiro escreveu em outubro de 2014 uma reportagem especial sobre o estilo de governar e as ideias da presidenta. Intitulada “Dilma no poder”, a extensa reportagem apresenta um panorama do primeiro mandato de Dilma. O texto parte da intrincada relação da presidenta com Lula para avaliar as diversas fases de seu governo. A princípio, somos apresentados a uma presidente sob a sombra do antecessor. Lula teria comandado a composição dos nomes para o novo governo. Mas já podemos notar suas peculiaridades: a ojeriza aos rituais da política, a intransigência com a corrupção, a tendência centralizadora e o temperamento áspero.

Conforme o tempo avança e os ministros vão caindo, Dilma ganha mais independência e tenta impor seu estilo próprio. A reportagem foi construída com base no depoimento de 26 pessoas ligadas à presidente ou ao Governo. A maioria das fontes não quis ser identificada. Muitas das citações são reveladoras e causaram rebulição na presidência. As falas permitem ter uma ideia muito profunda sobre os meandros do poder, mas o uso abundante do anonimato compromete a credibilidade da reportagem.

Escondidos sob o sigilo, muitos aliados não contiveram críticas à presidente. O trato difícil por um lado expressa pouca tolerância ao fisiologismo de Brasília, mas por outro, resultou na desaceleração dos projetos do governo e no isolamento da líder. O espaço da revista dedicado às cartas dos leitores das edições seguintes refletem o impacto da reportagem. Lula foi muito exposto pela matéria. Críticas suas e de sua esposa, Marisa, à presidente soltas em eventos privados o levaram a enviar uma carta de repúdio à redação da revista. Lula nega as falas atribuídas a ele e critica o abuso das fontes anônimas. A *piauí* publicou o protesto do ex-presidente na seção de Cartas da edição 98 e logo abaixo comentou o assunto em uma nota da redação.

A resposta reitera todas as informações da reportagem e aponta que, ao contrário do que afirmou o ex-presidente, ele foi procurado pela revista para a matéria, mas preferiu não se pronunciar. Os leitores, devido ao histórico e à confiança na repórter - um dos nomes de peso da publicação - deram crédito a reportagem e a qualificaram como “esclarecedora” e “primorosa” (edição 98, p.78). No próximo número, um leitor entusiasta do trabalho de Lula afirma que entre a palavra do líder e a de Daniela Pinheiro, fica com a segunda e acrescenta que os jornalistas da revista conquistaram sua completa confiança.

Ainda na edição 99 o porta voz de Marco Tronchetti Provera afirma que no evento em que este compareceu com Lula não houve juízo de valor sobre as ações da presidente, ao

que *piauí* responde com uma nova confirmação das informações da matéria. O caso só abandonaria a seção Cartas na número 100, quando a leitora Djalma Rosa argumenta que Lula e Marco são ingênuos ou prepotentes por negar os comentários sobre Dilma.

2015 tem sido um ano difícil para a presidenta e *piauí* retratou os percalços no caminho do governo recém-formado. A edição 101, de fevereiro, publicou críticas duras à Dilma. Somos apresentados a uma dirigente perdida entre um ministério que contraria seus valores e um ajuste neoliberal que desmente a tônica do discurso da campanha. A vulnerabilidade de Dilma, que perdeu a credibilidade na economia e na política, é responsável pelos abusos cometidos pelo Congresso. Em um cenário de caos, conjectura a matéria “Onde está Dilma?”, a presidenta talvez não saiba mais empenhar o seu papel. Dilma perdeu todo o cacife político e é hostilizada até mesmo dentro do próprio partido.

A edição 103 foi implacável com o governo. Na matéria “Celso Pitta e o destino do lulismo”, uma comparação entre Celso Pitta e a presidenta orienta a reflexão sobre a pesada herança que os dois políticos receberam de seus antecessores<sup>47</sup>. A popularidade de Dilma - que chegou a ser mais bem avaliada do que a de Lula - em 2015 está baixíssima e apesar de não ser diretamente acusada de corrupção, as denúncias pesam a sua volta. Diante da crise, a direita se fortalece e os protestos nas ruas contra o governo tomam grandes proporções. Herdeira do fisiologismo de Lula, Dilma perdeu o controle da base parlamentar. O jornalista Fernando de Barros e Silva termina o texto com um prognóstico pessimista. Segundo ele, a presidenta “mereceria sorte melhor, mas teria que nascer de novo para se livrar a essa altura da tutela do padrinho. É provável que passe à história como coveira do lulismo”.

Ainda nesta edição outra análise (“É pau, é pedra, é o fim de um caminho”) constata a nulidade de Dilma e as consequências das trapalhadas do lulismo, que ao perder as chances de promover mudanças estruturais, teria deixado a população descrente na esquerda – a consequência disso seria o crescimento do conservadorismo na população. Nesse cenário, a falta de credibilidade da política nacional e a crise econômica, ameaçariam até mesmo as importantes conquistas dos governos petistas nos âmbitos social e econômico.

Antes do próximo subcapítulo vale a pena acrescentar outro aspecto da revista: a seção Diário da Dilma. Criada na edição 53, até hoje este espaço abastece os leitores com versões bem humoradas da rotina da presidente. Na paródia inventada por Renato Terra a política é representada como fútil, impaciente, informal e desconfiada de Lula. A seção ocupa

---

<sup>47</sup> Celso Pitta foi sucessor de Paulo Maluf na Prefeitura de São Paulo. Revista *piauí*, edição 103

uma página e é sempre ilustrada por uma charge de Caco Galhardo. Em 2014, Diário da Dilma foi transformada em livro, publicado pela Companhia das Letras.

### **4.3. Diagramação: a estética como portadora de sentido**

Neste subcapítulo avaliaremos o efeito da diagramação para a produção de sentidos nas reportagens de *Veja* e *piauí*. Começaremos com a reportagem “O cérebro do roubo ao cofre”, da edição 1785. A matéria de apenas duas páginas exibe uma foto em grandes proporções de Dilma com a boca aberta e fazendo gestos com as mãos. O título em negrito capta rapidamente a atenção do leitor. No canto superior direito encontra-se parte da ficha policial da militante. Abaixo, duas fotos lado a lado mostram Carlos Lamarca - importante figura da esquerda armada no período de Ditadura - e Iara Iavelber, amiga de Dilma com quem Lamarca teve um romance. Na reportagem predominam o preto e o vermelho. A escolha das cores, o uso das fontes e a ordenação da página em geral conferem uma aparência de alarde, como se fosse uma notícia de denúncia.

Também da *Veja*, a matéria “A candidata conquista o ninho”, da edição 2153, traz uma entrevista com Dilma e a trajetória de sua carreira. A capa apresenta uma foto de rosto da então candidata à presidência em preto e branco. A fonte do título e a margem estão em vermelho - uma referência à cor do PT - e harmonizam com o único ponto colorido da retratada: a estrela do partido, também em vermelho. Todas as chamadas para as matérias são precedidas por essa mesma estrela. O destaque dado a estes símbolos indicam que a *Veja* decidiu frisar a relação de Dilma com o PT. Também conflui nesse sentido a citação da então candidata (“A realidade mudou, e nós com ela”) e as chamadas “A candidata e os radicais do PT”, “Entre a ideologia e o pragmatismo”.

Uma foto da candidata sorridente abre a reportagem. Na página seguinte uma imagem de Dilma mais jovem é posta em evidência. Ao redor, uma entrevista em estilo pingue-pongue é separada da introdução do texto por um box. Mais uma página e o leitor se depara com outro box: uma tabela distingue as falas de Rousseff sobre determinado tema, o que ela realizou quanto a isso e o resultado de suas ações. A candidata vestida com as roupas de segurança das plataformas petroquímicas ilustra o quadro. O título “Os dois figurinos de Dilma” (2153, p.54) é uma alusão não só as suas vestes, mas também ao contraste entre seu discurso e sua atuação como política.

A tabela ainda exibe cinco imagens pequenas, que ilustram os assuntos abordados e trazem dinamicidade para o visual. Avançamos um pouco mais e encontramos o então presidente Lula, que aparece elegante, com um sorriso discreto e os olhos voltados na direção

da próxima foto: Dilma em um passo de dança com um lixeiro. A disposição das imagens passa a impressão de que Lula observa, satisfeito, a sua afilhada política. Os corpos dos dois se insinuam para fora das margens, o que agrega uma aparência mais moderna à página e submete o já apertado espaço do texto às formas das fotos.

O último par de páginas é o mais convencional. Duas imagens dispostas simetricamente ocupam a parte superior. À esquerda nos deparamos com Henrique Meirelles, então presidente do Banco Central. À direita Lula e Dilma estão lado a lado enquanto a candidata cumprimenta pessoas nas ruas. A legenda “O criador e criatura” (2153, p.58) reitera a ideia de que a afilhada é uma invenção de seu padrinho político.

No total, a reportagem se distribui por dez folhas e reúne doze fotos de diferentes tamanhos. A leitura é bastante visual, não só pelo considerável espaço ocupado pelas imagens, mas também devido aos títulos, subtítulos, legendas e boxes que orientam o leitor. Os boxes podem ser lidos com independência em relação ao resto da matéria. Cada página utiliza uma estratégia de diagramação distinta, embora haja certa uniformidade estética. Dilma aparece sempre sorrindo, uma escolha dos editores que pode transmitir ideias distintas, que encontram respaldo no texto: felicidade por ser lançada candidata ou incorporação do semblante simpático exigido pela conquista eleitoral.

Passemos agora para os perfis da *piauí*. A reportagem “As armas e os varões”, da edição 31, ocupa oito páginas da revista, que tem padrões de 26,5 x 34,8 cm. Muitas são utilizadas apenas em parte, pois propagandas se difundem na parte lateral ou na metade inferior destas. Em três delas há a presença da série de quadrinhos “Minha jaula, minha vida”, que apesar de ser uma referência ao programa “Minha casa, minha vida”, do PT, não se relaciona com a reportagem. Estes conteúdos adicionais dinamizam a diagramação, contudo, o excesso de anexos cria um conflito visual, como pode ser observado nas páginas 24 e 25. Neste exemplo, a exuberância e multiplicidade das cores cria a sensação de que o texto é um mero acessório à composição.

Uma das duas únicas fotos relacionadas diretamente à reportagem é a ficha de Dilma na Secretaria de Segurança Pública, em 1970, com informações sobre “a vida regressa do indiciado” (31, p.22). A escolha deste documento, que ocupa uma página inteira, não aparenta ter sido aleatória: além de descrever a militância e os anos de prisão de Dilma, o perfil se centra fundamentalmente no resgate da infância e juventude da personagem, ou seja: sua vida regressa. Na página ao lado, acima do título, se encontra uma foto de Dilma segurando a placa com o seu número de presidiária. O rosto da personagem denota impassividade e sustenta um ar de ousadia. Displícitamente posicionado ao lado da imagem localiza-se o símbolo do

Departamento Estadual de Ordem Política e Social (DOPS) e a taxação de Terroristas e Subversivos.

Em fonte agressiva e forte, o título põe em evidência as palavras “armas” e varões”(31, p.23). Outro artifício usado para compor a diagramação do perfil são as letras capitulares – estratégia recorrente na *piauí*. Este mecanismo é muito útil em textos longos, pois permite que a leitura seja interrompida e recomeçada na capitular seguinte. Este recurso também é utilizada no perfil “Mares nunca dantes navegados”, da edição 34.

No segundo perfil o título é expresso em uma fonte grande e neutra. O subtítulo - “A trajetória de Dilma Rousseff da prisão ao poder e como ela se tornou a candidata do presidente Lula à sua sucessão” (34, p.27) - indica o longo período da vida da retratada que a reportagem se propõe a cobrir. Desta vez, o repórter utiliza intertítulos, expediente raro na publicação, para distinguir os momentos abordados: “Depois da cadeia”, “No governo gaúcho”, “Nas minas e energia”, “Na casa civil” e “Candidata”. Como o outro, este perfil também é recortado por propagandas e quadrinhos que não se relacionam com a reportagem. Desta vez, porém, estes artifícios aparecem em menor quantidade, o que torna as páginas mais leves e harmônicas. A reportagem também ocupa oito páginas da revista.

Cabe ainda acrescentar que a única foto de “Mares nunca dantes navegados” é uma pichação de Rousseff em vermelho sobre um muro antigo, simples e margeado por destroços e plantas, que crescem desordenadas. Um retrato muito distinto das fotos de estúdio: ao contrário do *glamour* das campanhas, a candidata está representada em um local banal. Possivelmente foi este o motivador para a escolha – Dilma está, pela primeira vez, nas ruas, no espaço público. Outro incentivo pode ter sido a notável dimensão estética da imagem.

Cabe notar que os dois perfis da *piauí* podem ser compreendidos como complementares. Apesar de participarem de edições distintas, ambos foram escritos por Luiz Maklouf Carvalho, e seguem linhas temporais consecutivas. “Mares nunca dantes navegados” começa exatamente no mesmo período em que “As armas e os varões” é finalizado. O primeiro se ocupa do nascimento de Dilma até o momento da libertação. Já o segundo, acompanha a perfilada desde o período após a cadeia até o lançamento da candidatura.

#### **4.4. O texto das reportagens da Veja**

O próximo passo é a análise textual das reportagens. Nesse tópico avaliaremos o uso das estratégias jornalísticas empregadas. Começaremos com a revista *Veja*. Antes, é preciso ressaltar que “O cérebro do roubo ao cofre” não se enquadra exatamente no modelo clássico do gênero perfil. Apesar de estar de acordo com a descrição de Ferrari e Sodré - já

apresentada nesse estudo - de perfil como o enfoque na vida de uma pessoa -, o mote desta matéria não é descrever a biografia de Dilma.

O título já indica que a proposta não consiste em avaliar os múltiplos aspectos da história e personalidade da retratada, e sim resgatar exclusivamente episódios de seu passado militante. A reportagem começa anunciando que “no atual governo, há dois guerrilheiros com posto de ministro do Estado” (1785, p.36), em alusão a Dilma e Dirceu. A primeira frase não se define como um lide nos moldes aqui estudados - um resumo dos fatos mais importantes sobre determinado fato. Tampouco deixa de estar alinhada ao jornalismo convencional.

Como vimos no capítulo 3, o tempo de produção mais lento das revistas permite que a construção textual seja mais indireta do que a média dos jornais impressos, radiofônicos ou televisionados. Isto se explica não somente pela disponibilidade de um tempo mais longo para compor o texto, mas também devido à tentativa de atrair o leitor por meio de ângulos ainda não explorados pela concorrência de veículos que noticiam com maior velocidade. É comum nas revistas, portanto, que o repórter comece a matéria de modo indireto antes de adentrar o tema da reportagem em si.

Ainda no primeiro parágrafo, descreve-se Dilma como “mulher de fala pausada, mãos gesticuladoras, olhar austero e passado que poucos conhecem” (1785, p.36), outro exemplo de liberdade narrativa a que as revista tem acesso em maior escala. Logo após, a reportagem relata o desenvolvimento do assalto e remete ao livro *A Ditadura Escancarada* (2002), de Élio Gaspari, para explicar que foi “o maior golpe da história do terrorismo mundial” (1785, p.36). Ora, o uso da palavra “terrorista” – termo definido<sup>48</sup> como sistema governamental que impõe, por meio de terror, os processos administrativos sem respeito aos direitos e às regalias dos cidadãos; ato de violência contra um indivíduo ou uma comunidade - para se referir a militantes radicais está pleno de significados. Diante do sentido determinado pelo dicionário, este emprego pode ser compreendido como uma reprovação implícita à atividade guerrilheira.

Nesse sentido, o próprio título da matéria (“O cérebro do roubo ao cofre”) também pode ser interpretado como uma tentativa de desqualificar a retratada. Ao definir com a palavra “roubo”, a ação do grupo VAL-Palmares e desconsiderar o contexto da resistência contra a ditadura, a atuação dos militantes é colocada no mesmo rol que qualquer crime de roubo.

---

<sup>48</sup> Disponível em <http://michaelis.uol.com.br/moderno/portugues/index.php?lingua=portugues-portugues&palavra=terrorismo> Acessado em 28/06/2015, às 21:51.

Mais à frente, reporta-se o depoimento do ex-guerrilheiro Darcy Rodrigues, que assegura que Dilma foi o “cérebro da ação” (1785, p.36). Ele acrescenta que ela tinha um papel tão importante na VAL-Palmares que não poderia ir para a linha de frente. Verificamos na biografia de Rousseff (subcapítulo 3.6, p.50) que sua importância na organização é motivo de dissenso na fala de antigos participantes. O texto da *Veja*, no entanto, garante que o casal Dilma e Carlos Araújo “planejou, monitorou e coordenou o assalto” (1785, p.36). Não é importante para este estudo descobrir o alcance do poder de Rousseff na organização, mas apontar que a falta de fontes que relativizem a questão torna o texto mais frágil segundo a ótica jornalística, que busca os múltiplos lados que compõe um tema.

Outros episódios da guerrilha são citados na reportagem e, aparentemente, em todos os casos a fonte foi Darcy. Se outras pessoas forneceram estas informações, deveriam estar explicitadas no texto para conferir mais credibilidade à reportagem e, se não foram, a publicação está divulgando conteúdos extremamente polêmicos sobre a ministra sem ter verdadeiramente se aprofundado na apuração dos fatos. Apesar de não tratar-se de um perfil, vale o que foi dito (capítulo 1, p.11) para este gênero: por ser um relato da vida pública e privada de um personagem é preciso responsabilidade com a imagem do perfilado e respeito ao interesse público.

Diante da fala da ministra de que não se incomodaria em admitir se tivesse participado fisicamente da ação, a *Veja* acrescenta: “diz a ministra, com orgulho de seu passado combatente”(1785, p.36). No subcapítulo 3.5 (p.46), ao resgatarmos a história da publicação, verificamos que nos últimos anos a revista se empenhou na defesa de ideais conservadores e de políticas alinhadas com o neoliberalismo. Dentro deste contexto é possível interpretar a observação da revista como uma crítica à resposta de Rousseff.

Em outro trecho, abaixo da ficha de Dilma nos arquivos militares, a legenda indica que “só em 1969, ela organizou três ações de roubo de armamentos em unidades do Exército no Rio de Janeiro” (1785, p.37). Considerando o histórico da *Veja*, a expressão “só em 1969” também pode ser entendida como uma censura implícita ao passado da ministra. Vale a pena lembrar que no subcapítulo 4.3, observamos que a diagramação da página se estrutura de forma similar a uma matéria de denúncia, o que nos fornece ferramentas que fundamentem esta interpretação.

Além da participação da ministra em ações guerrilheiras, destaca-se o medo que inspirava nas autoridades militares, desentendimentos com Carlos Lamarca, e a amizade com Iara Iavelberg. A tortura e os anos na prisão são mencionados, mas não aprofundados. Ao final, a reportagem lança uma contradição entre dois discursos. Enquanto a autora da biografia

sobre Iara define a ministra como uma mulher suave e determinada, o ex-companheiro Darcy afirma: “Dilma continua a mesma pessoa. É uma mulher espetacular e será uma gerentona no governo. Ela não é mulher de meio tom” (1785, p.36). No último depoimento, a suavidade desaparece e dá lugar ao lado mais firme de Rousseff. Este contraste dá acesso a diferentes visões sobre a ministra e ilumina distintos aspectos de sua personalidade, portanto, reforça o compromisso da *Veja* com a deontologia do jornalismo.

Observemos agora a reportagem “A candidata conquista o ninho”. Mais uma vez não somos apresentados a um lide convencional. Logo de cara lemos um comentário de Rousseff: “Quando a gente pensa que viu de tudo, vê que não viu nada.” E segue com uma observação do repórter: “A frase merece o comentário que Dilma mais aprecia: ‘A senhora tem razão!’”(2153, p.52). Neste exemplo, a partir de um fato real cria-se uma situação hipotética para elucidar aspectos da personagem em foco, desta forma o jornalista se mostra no texto sem declaradamente evidenciar sua presença.

O texto ousa ainda mais ao lançar ironias e metáforas: “quem pensava que o mais conhecido segredo da República, a candidatura presidencial de Dilma, fosse um enredo com desfecho incerto, viu sua apoteose no congresso do PT” (2153, p.52). A linguagem figurada empregada neste ponto faz referência ao Carnaval no Rio de Janeiro, onde a candidata pronunciou a frase da abertura. E continua com a mesma alusão: “o caminho daqui pra frente vai exigir mais do que samba no pé”; “organizada e centralizadora, ela vai se deixar levar caoticamente por uma caravana eleitoral que exige fôlego de atleta, concentração de enxadrista e prontidão circense” (2153, p.52).

O repórter diante de nós nega o afamado jornalismo entediante descrito por Tom Wolfe, que conhecemos no subcapítulo 2.5 (p.23). Esses recursos flexibilizam a rigidez da linguagem, trazem dinamicidade para a reportagem e possivelmente despertam o interesse do leitor. Ao contrário do jornalista de “O cérebro do roubo ao cofre”, que se expressa em um tom mais formal, este repórter não se preocupa em ser meramente factual. Isto reforça a ideia de que a liberdade na linguagem e o uso de estratégias literárias não são exclusividades do jornalismo literário, embora estejam presentes em maior quantidade neste último.

O texto, em seguida, define a atitude de Dilma na campanha eleitoral como uma “versão” de si mesma, noção que reforça a ideia preponderante na *Veja* – e verificada no subcapítulo 4.1 (p.58) – de que sua imagem é em grande parte construída. Outra reverberação tradicionalmente presente na revista é a crítica ao PT, como nos trechos em que afirma que há no interior do partido um grupo que se orienta por “anacronismo marxista minoritário”; e que existam “ideias tóxicas explosivas no caldeirão ideológico do petismo” (2153, p.55).

Outros trechos que reforçam esta concepção são: “Uma vez no governo o PT tentou implementar teses ruinosas de ruptura revolucionária com avanços duramente conquistados pelos brasileiros”; e “dinheiro de impostos, transferido a entidades ligadas ao Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST), financiou invasões de propriedade, saques e depredações de prédios públicos” (2153, p.56). Neste ponto o MST é distorcido e definido sob uma ótica claramente unilateral. Categoricamente define-se um ponto de vista sem escutar o outro lado, expediente obrigatório para o bom jornalismo.

Em uma análise mais simplista, talvez pudéssemos dizer que a linha editorial da revista, afinada, ao que parece, ao discurso neoliberal continua pesando na matéria. Afirma-se que o texto original das propostas para um possível governo de Rousseff “atacava a liberdade de expressão e propunha o controle dos canais de TV por assinatura” (2153, p.52). Sabe-se que a ala mais progressista do PT tem entre suas proposições a criação de um marco regulatório para a mídia e a implementação de cotas de produção nacional para as TVs fechadas – medida de fato implementada em 2012<sup>49</sup>. Quando define estas posições nos termos acima descritos, a revista desautoriza um discurso que deveria ser tratado de forma menos unívoca em um texto jornalístico – que como tal, tem o compromisso de retratar múltiplos lados de uma questão – de uma publicação que supostamente valoriza a isenção.

A reportagem apresenta ainda outros aspectos que merecem ser examinados. A possível relação de Dilma, caso seja eleita, com o PT, é brevemente comentada pelos cientistas políticos David Fleischer e Octaciano Nogueira. Posteriormente se seguem quase duas páginas de análise sobre essa relação, sem referências quanto à origem. Não fica claro se esses questionamentos foram elaborados a partir do depoimento dos estudiosos ou com base em observações e opiniões dos jornalistas responsáveis pela matéria. O problema neste caso não reside no mérito das informações em si, mas na não explicitação das fontes, procedimento fundamental em uma matéria no sentido de inspirar confiança no leitor. A partir do momento em que a estrutura da revista define rigorosamente o espaço para opinião e informação – conforme averiguamos no subcapítulo 3.5 (p.48) – cumprir com esta distinção se torna necessário para que o público saiba separar acontecimentos de posicionamentos pessoais.

Algo similar ocorre com relação às citações dos petistas José Eduardo Dutra, Fernando Pimentel e Aloizio Mercadante. Não se esclarece quando e onde estas falas foram enunciadas, muito menos para quem eram dirigidas. A importância destas explicações se justifica porque garantem um contexto para as colocações – o que costuma influir no sentido das falas. Na

---

<sup>49</sup> Disponível em: <http://www.ancine.gov.br/faq-lei-da-tv-paga> Acessado em 25/06, às 23:12.

apresentação do boxe com a entrevista no estilo pingue-pongue, por sua vez, os jornalistas não cometeram o mesmo equívoco e evidenciaram em que circunstâncias a entrevista foi feita - por e-mail e procedida de uma rápida conversa por telefone. Ressaltam, ainda, que Dilma respondeu a todas as perguntas, mas não aceitou réplicas.

A finalização do texto e dá por meio do resgate da fala de Dilma que abriu a matéria. Se a princípio a citação da candidata (“Quando a gente pensa que viu tudo, vê que não viu nada”) remete a sua inesperada candidatura, no final o comentário alude aos rumos imprevisíveis que as eleições poderiam tomar – inclusive com uma possível solidificação da campanha de Ciro Gomes. A mesma frase, portanto, ao ser retomada e inserida em outro contexto, ganha novos significados e evidencia que a reportagem foi finalizada.

Esta matéria trata de forma mais profunda o seu tema do que a reportagem anteriormente analisada. “O cérebro do roubo ao cofre” tem duas páginas e permite apreender que as fontes de pesquisa consistem em um livro e entrevistas com duas pessoas. Dilma não foi contatada ou não quis colaborar com este trabalho. Em “A candidata conquista o ninho” há uma entrevista com Dilma e referências a uma notícia do *O Estado de São Paulo*, ao fórum do PT, a dois planos de governo, a falas de três políticos - embora as circunstâncias em que estas últimas foram expressas não apareçam. Também são mencionados comentários de Dilma e de José Dirceu em circunstâncias definidas, entrevistas com dois cientistas políticos, pesquisas sobre países da América Latina e reportagem do *The New York Times*.

Muitos dos problemas desta matéria foram identificados por este subcapítulo. Apesar disto, trata-se de uma reportagem de destaque para a *Veja*: além de garantir a capa da revista, ocupa 10 páginas da edição - espaço extenso para os moldes da revista - e não deixa de ter seus próprios méritos, que foram apontados por esta análise. É importante lembrar que não se trata de um estudo comparativo clássico, no qual dois objetos são analisados com o mesmo tratamento. O objetivo é analisar a desenvoltura do jornalismo literário na *piauí* e para tanto achamos proveitoso utilizar um contraponto - um representante do jornalismo convencional - que pudesse marcar a diferença entre os dois. Na próxima etapa deste estudo, partiremos para a análise textual da *piauí*.

#### **4.5. O texto das reportagens da piauí**

Conforme já foi explicado no subcapítulo 4.3 (p.66), os dois perfis da *piauí* podem ser compreendidos como complementares. Apesar de participarem de edições distintas, ambos foram escritos por Luiz Maklouf Carvalho, e seguem linhas temporais consecutivas. “As armas e os varões”, da número 31, descreve a infância de Dilma até a retomada de sua vida

após a cadeia. Já “Mares nunca dantes navegados”, por sua vez, foca o período entre a libertação da prisão e o lançamento oficial de sua candidatura para as eleições de 2010.

Cabe ainda resgatar um aspecto polêmico da biografia do autor dos perfis: sua relação conflituosa com Lula. Ao longo de sua carreira, Luiz Maklouf Carvalho já recebeu diversos prêmios, entre eles o Esso e dois Jabuti de livro-reportagem<sup>50</sup>. Trabalhou em alguns dos principais veículos nacionais como *Jornal do Brasil*, *Jornal da Tarde*, *O Estado de S.Paulo*, *Folha de S.Paulo*, *piuí*, *Época* entre outros. Escreveu matérias de grande repercussão como a que revelou a existência da filha bastarda de Lula, Lurian; uma que derrubou parte da versão de Lula para a compra de um apartamento em São Bernardo do Campo e outra sobre o empréstimo que cinco deputados do PT tomaram do Sindicato dos Metalúrgicos de Manaus.

O histórico de tensões levou a direção do PT a vetar a presença de Maklouf em uma edição do *Roda Viva*<sup>51</sup> que contou com a participação do ex-presidente. Em 2005, o jornalista lançou o livro *Reportagens e polêmicas sobre Lula e/ou o PT (1984-2005)*, reunindo algumas das matérias mencionadas. Ante estes atritos, seria possível supor que os perfis sobre Dilma poderiam ser contaminados pelos problemas do repórter com Lula. Contudo, até onde pudemos averiguar Maklouf cumpriu com o compromisso ético da profissão. Não percebemos distorções, manipulações ou enviesamentos. As matérias são fruto de ampla apuração e contam, inclusive, com o depoimento da personagem, como verificaremos a seguir.

Assim sendo, comecemos a análise. O perfil se inicia com a seguinte descrição: ““O pon está na mesa” (31, p.23) Pétrar Russév não conseguia dizer “pão”. Falava pon. Búlgaro, tinha 1,95 metro de altura, olhos azuis, cabelos quase brancos de tão louros.” Aqui, o jornalista narra uma situação que não presenciou, mas que possivelmente lhe foi repassada por alguma de suas fontes. Desenvolvida na introdução, essa técnica permite a fuga do modelo canônico do lide (ver capítulo 1, p.8) e, por meio da valorização do estilo autoral e de estruturas narrativas, aumenta as chances de conquistar a atenção do leitor logo no começo.

Em seguida o texto resgata a vinda do búlgaro Pedro Rousseff, pai de Dilma, para o Brasil. Descobrimos como foram os primeiros anos no país e o casamento com Dilma Jane Silva. Observem a frase: “Igor, o primeiro filho, nasceu no **primeiro dia** de 1947. Dilma Vana, **quase no último**: 14 de dezembro” (31, p.23). As expressões destacadas revelam um recurso descrito por João Salles no subcapítulo 3.4: a informação não é dada de forma puramente factual. No lugar de um encadeamento puro e simples de datas, emprega-se um

<sup>50</sup> Disponível em: [http://www.record.com.br/autor\\_sobre.asp?id\\_autor=7590](http://www.record.com.br/autor_sobre.asp?id_autor=7590) Acessado em 30/ 06/2015, às 16:23.

<sup>51</sup> Programa de entrevistas da TV Cultura no ar desde 1986.

jogo linguístico para dinamizar o texto. De modo geral, o vocabulário do perfil não é muito rebuscado, mas há termos como *coup de foudre* que podem gerar dúvidas no leitor.

Na lembrança do filho, o búlgaro amava os prazeres da vida: fumava cinco maços de Cairo por dia, tomava uísque, jogava cartas e se deleitava com uma mesa farta. Os Rousseff moravam numa casa espaçosa, cuidada por três empregadas. As refeições eram servidas à francesa, com guarnições e talheres específicos. O patriarca era louco por dobradinha – que Igor até hoje odeia, fazendo uma careta ao lembrar o “cheiro insuportável” do cozimento da tripa – e às vezes metia-se ele mesmo a fazer “aqueles queijos bichados” (segundo o filho) que comia na Europa (31, p.23).

A citação acima nos provê de uma abundância de detalhes sobre o patriarca e o modo de vida da família Rousseff. Constatamos ao longo da pesquisa que atualmente um amplo leque de veículos prioriza a velocidade da reprodução em relação ao desenvolvimento da apuração. No jornalismo apressado e sintético contemporâneo, muitas das informações descritas neste trecho poderiam ser consideradas supérfluas. Contudo, uma análise mais aprofundada atesta que estes pormenores auxiliam a definir o temperamento de Pedro Rousseff e a realidade econômica da família.

Um conjunto de detalhes significativo permite ao leitor compor o *background* do perfilado, o que pode facilitar a compreensão de sua personalidade. Neste tipo de matéria um erro provável que o jornalista pode incorrer é apresentar um arranjo de informações fúteis ou descontextualizadas que não tenham relevância para a análise psicológica e comportamental do personagem. No subcapítulo 3.3, apresentamos a necessidade de capturar a história de um personagem além dos fatos mundanos que a compõe, e incorporá-la em um enredo. Para evitar este tipo de excesso o repórter precisa ter sempre em vista o interesse público, a privacidade do retratado e os limites éticos da profissão.

Continuando nesta mesma linha de análise, ressaltamos que o jornalista observou que, em três horas de conversa, Galeno consumiu café, água e três cigarros. O que isto nos diz sobre o entrevistado? Que estava nervoso ou é dado a exageros. Existe ainda a chance de o jornalista ter pretendido usar a lista para ressaltar o longo tempo da conversa ou simplesmente partilhar com o leitor o momento da entrevista. Em muitos casos, estas informações não podem ser interpretadas de apenas um modo, uma qualidade inerente a textos literários.

Em outro trecho as intenções do jornalista se tornam mais claras: “Boa parte das aulas foi ministrada nos arredores de Belo Horizonte pelo ex-sargento da Aeronáutica João Lucas Alves. “O João Lucas ficava hospedado na nossa casa”, contou Galeno, **orgulhoso do risco**” (31, p.25). O registro da reação da fonte e a enumeração de algumas de suas ações enquanto guerrilheiro ao longo da reportagem nos dão acesso a um aspecto de sua personalidade – seu

temperamento aventureiro – sem que seja necessário escrever literalmente esta sua característica. A informação novamente não é passada de forma abstrata, mais sim, encarnada em uma personagem.

Antes disso, porém, o irmão de Dilma descreve a noite em que o pai faleceu, o que confere dramaticidade ao texto. Esta não consiste em uma abordagem sensacionalista porque não explora detalhes mórbidos com o intuito de chamar a atenção do leitor. O trecho, como pode ser observado abaixo, é simples e direto:

Pedro Rousseff morreu em setembro de 1962. Já era brasileiro naturalizado e planejava para breve uma visita à Bulgária. Igor tinha 15 anos e Dilma um a menos. “A noite em que o pai morreu foi dramática”, recordou o filho. “Ele tinha ido jogar no Clube Campestre, voltou pelas onze da noite e de repente se sentiu mal, passando a respirar com dificuldade. Estávamos todos em casa. O médico foi lá, mas não teve jeito. Morreu em casa e foi velado em casa, de onde saiu o enterro (31, p.24).”

Este acontecimento é desenvolvido graficamente logo antes da segunda capitular, que encerra a narrativa da infância da personagem. Antes, porém, frisa-se que Pedro “continuou a falar *pon* em vez de “pão” até morrer” (31, p.24). Ao retomar a observação que abriu uma parte da reportagem que se desenvolveu sobre a ótica do pai, o jornalista deixa claro que encerrou esta etapa da matéria. A partir deste ponto, acompanhamos os acontecimentos majoritariamente sobre a ótica da filha. Aliás, vimos que uma estratégia foi usada *em A candidata conquista o ninho* para finalizar a reportagem e criar novos sentidos.

Assim como fez com o pai, ao apresentar o primeiro namorado de Dilma - Cláudio Galeno-, o jornalista descreve aspectos da sua aparência física, o que permite ao leitor criar uma imagem mental da fonte. Este é um expediente comum no jornalismo literário (subcapítulo 2.2, p.16). Já em “Galeno ficou encabulado quando **perguntei** detalhes sobre o início do namoro” o verbo destacado está em primeira pessoa. O jornalista não esconde sua presença e foge da regra prevista por Tom Wolfe de utilizar a terceira pessoa nas reportagens. O mesmo procedimento ocorre novamente: “Continuamos grandes amigos, como somos até hoje, o que envolve as respectivas famílias.” (Perguntei se eram amigos a ponto de ele ter o celular pessoal da ministra. “Mesmo que tivesse, não te diria”, respondeu, um pouco irritado)” (31, p.26).

Apesar de estar à revelia da cartilha de Wolfe, isso não desqualifica a reportagem dentro do gênero. Como vimos no capítulo 2 (p.16), muitos jornalistas do estilo se expressavam por meio da primeira pessoa. E mais uma vez destacamos que o jornalismo literário não consiste em um conjunto de regras que deve ser seguido à risca, mas sim em uma

denominação que abarca e classifica uma variedade de reportagens que usam recursos literários para consolidar os princípios tradicionais do jornalismo.

Tendo em vista que os acontecimentos abordados se passaram há muito tempo é impossível para o jornalista estar presente no desenrolar da ação. Para driblar este percalço, compensa a apuração com uma agenda intensa de pesquisas e entrevistas a muitos dos envolvidos. Nesta reportagem, por exemplo, a história do cofre se torna mais confiável, visto que o próprio Araújo confirma que ele e Dilma estavam envolvidos no planejamento da ação. Por meio de uma apuração extensa o perfil se aproxima da realidade e pode-se até mesmo narrar os fatos rememorados.

Eu e a Celeste entramos com um balde; eu me lembro bem do balde porque tinha munição. As armas, nós enrolamos em um cobertor. Levamos tudo para a pensão e colocamos embaixo da cama. Era tanta coisa que a cama ficava alta. Era uma dificuldade para nós duas dormirmos ali. Muito desconfortável. Os fuzis automáticos leves, que tinham sobrado para nós, estavam todos lá. Tinha metralhadora, tinha bomba plástica. Contando isso hoje, parece que nem foi comigo (31, p.28).

No trecho acima a descrição é produzida a partir do depoimento direto da fonte, no caso, Dilma. No exemplo abaixo o repórter reconstrói uma cena sem a fala direta dos envolvidos:

Na luta para ganhar tempo com os torturadores, às vezes enrolando-os, ela levou uma equipe de policiais à praça da República, de manhã cedo, inventando que tinha um encontro. Botaram-na num banco, sentada, e montaram o cerco. Um rapaz, ao passar pelo banco e ver a moça sozinha, interessou-se por ela. Voltou-se, deu mais uma paquerada e resolveu sentar-se. Ele foi preso e levado à sede da Operação Bandeirante, a Oban, na rua Tutóia, no Paraíso. O rapaz era argentino. Apanhou muito até provar que não tinha nada a ver com o terrorismo (31, p.28).

Outro aspecto curioso do perfil são as tiradas de humor, que não foram propriamente inventadas pelo jornalista, mas captadas de situações do cotidiano, como em: “Ele odiava o cigarro e tinha pavor que eu viesse a fumar”, lembrou o filho. Nas vezes em que flagrou Igor fumando, Pedro Rousseff deu-lhe broncas mais do que enfáticas. O filho fuma até hoje” (31, p.24). Em outro ponto a comicidade advém de uma situação irônica, confira: “O risco de prisão agravou-se com a publicação na imprensa de um retrato falado de Galeno – “muito fiel”, reconheceu o retratado –, acusando-o de ter participado do assalto de Sabará. Não era verdade, mas era impossível procurar a polícia para explicar” (31, p.26).

Há momentos que devido à situação descrita, aos termos empregados e à construção do texto, em que a linguagem adquire certa dimensão dramática e até mesmo poética. Como

em: “A Dilma era agressiva verbalmente”, ele me disse numa entrevista por telefone. “Mas tinha certa fragilidade, algo como uma adolescência não realizada” (31, p.26), ou conforme o seguinte exemplo:

“Sou uma pessoa muito feliz”, disse. “Vivo do meu trabalho, não dependo de ninguém, tive a sorte de ter filhos que não vivem me incomodando e tenho muitos amigos.” Está na varanda, com duas televisões enormes, uma ao lado da outra – onde assiste simultaneamente, pela tevê a cabo, a jogos de futebol. É um ambiente aberto, de onde se vê, numa ilha, o presídio, há muito desativado, em que cumpriu parte da pena. “É ali”, apontou. “Quantas vezes a Dilma foi lá me visitar...” (31, p.29.)

Destacamos ainda o cuidado do jornalista em incluir no perfil o desfecho da história de certas fontes, por mais que não tenham mantido uma forte ligação com Rousseff. Sabemos, por exemplo, que Galeno procurou treinamento militar em Cuba. Posteriormente não conseguiu retornar e no exílio constituiu família com uma nicaraguense. Este detalhe permite que as partes que compõem a grande história narrada pelo perfil sejam concluídas e garante mais coesão ao conjunto.

Falemos um pouco mais sobre a imagem de Dilma que emerge do perfil. Alguns dos atributos de Dilma ressaltados pelas fontes são inteligência, capacidade de liderança, desenvoltura e simpatia. As atitudes descritas demonstram que é uma pessoa direta e determinada. A questão da força da perfilada diante de situações adversas também é muito presente. Aparece ainda no depoimento dos que a conhecem como portadora de aguda curiosidade intelectual e de um lado suave, que lhe ameniza o temperamento. “O cérebro do roubo ao cofre”, da *Veja*, já tinha pontuado esta mesma suavidade. Identificar este atributo, de acordo com Vilas-Boas (2003) não configura um paradoxo, mas sim o retrato complexo de um ser humano, que raramente pode ser compreendido como um indivíduo unilateral e totalmente coerente. Muitas vezes são justamente as incoerências que confirmam a fidelidade ao personagem.

Aparentemente Dilma não foi entrevistada especificamente para a construção deste perfil. O repórter, todavia, utiliza citações de uma entrevista que fez com a personagem em 2003, para a *Folha de São Paulo*. Todas as vezes que utiliza suas falas explicita que foram dadas na entrevista para a *Folha*. Esta primeira parte do perfil nos permitiu identificar a presença de 18 entrevistados, incluindo o irmão, ex-maridos, colegas de militância entre outros. Maklouf também utilizou como fontes de pesquisa documentos em geral, um Inquérito Policial Militar, depoimento ao Dops de São Paulo e o estatuto da VAR-Palmares.

Entrevistou as fontes em Belo Horizonte, Uberaba, Rio de Janeiro, Osasco, Londrina, São Paulo e Porto Alegre.

Diante de uma apuração tão extensa, o perfil, construído como uma narrativa linear, adquire solidez e inspira confiança no leitor. O texto bem escrito também deve contar pontos na conquista do público. Na continuação deste perfil, em *Mares nunca dante navegados: Dilma Rousseff da prisão ao poder*, pudemos identificar a presença de 31 entrevistados. Somando-se ambas as partes o total é de 49 pessoas. No entanto, na própria reportagem o jornalista explica que em quatro meses de apuração entrevistou 70 pessoas. Muitas fontes, portanto, não foram explicitadas, mas ajudaram a construir a história.

Avaliemos, então, a segunda parte do perfil. Logo no começo podemos constatar, que novamente o jornalista opta por não ocultar a sua presença: “Quando Dilma Rousseff era ministra das Minas e Energia, **perguntei-lhe** em que condições de saúde deixara a prisão” (34, p.27). No trecho abaixo, o emprego de uma sequência de números demonstra a realidade da prisão durante a Ditadura por meio dos efeitos desta na saúde de Dilma:

Foram três anos de cadeia: de janeiro de 1970, quando foi capturada no centro de São Paulo, ao final de 1972, quando saiu, 10 quilos mais magra, do Presídio Tiradentes. Estava com cerca de 57 quilos, usava manequim 42, tinha 25 anos, e a ditadura que a prendera e torturara, nove (34, p.27).

Em outro ponto da matéria ressalta-se que a personagem “trocou o uai pelo tchê” (34, p.27) para estar próxima do marido. Usa-se uma linguagem figurada para explicar que a personagem se mudou de Minas Gerais para o Rio Grande do Sul. O jogo de palavras dinamiza o texto, assim como a descrição de cenas no estilo narrativo: “No meio da tarde, a empregada veio perguntar se ele queria algo especial para o jantar. Não queria. O freezer estava abastecido com cervejas e, de quando em quando, ele pegava uma garrafa” (34, p.27).

O perfil narra que diante do câncer da amiga Lícia, Dilma lhe dá o livro *O Mar*, do irlandês John Banville, e diz ter apreciado muito a leitura. Um dos momentos mais marcantes do romance é a constatação de um diagnóstico de câncer. O jornalista usa esta parte na reportagem, o que convém com a situação do momento, visto que a matéria foi publicada logo após o tratamento de Dilma. Além da literatura, conhecemos a paixão da personagem por pintura. O apreço da presidente pelas artes passa despercebido pela grande imprensa nacional. Uma reportagem de longa imersão pode – e deve – se dar ao luxo de investigar esse tipo de detalhe, que ajuda a compor o retrato dos personagens.

Rousseff é famosa entre os brasileiros por seu temperamento áspero e expressões emburradas. Porém, nesta matéria conhecemos o seu lado mais leve e bem humorado. Questionada sobre a perda de cabelo recorrente da quimioterapia, responde: "E teve um efeito gratificante: é bom sentir a água escorrendo direto na cabeça." A ministra riu e completou: "Você não pode deixar de procurar as coisas boas. E o cabelo vai crescer, vai voltar" (34, p.27). Esse registro é interessante, pois apresenta outros aspectos de sua personalidade. O bom humor também aparece no depoimento de pessoas que a conhecem. A descrevem como alegre, companheira, carinhosa, disciplinada, bonita, firme e com grande habilidade política. Outros aspectos curiosos aparecem nestes relatos, como a falta de jeito com crianças e a experiência em times de vôlei amadores.

Mas nem só de elogios é feito um bom perfil e este não foge à regra. Não se limita a enumerar as qualidades positivas da perfilada e vai atrás de seus desafetos para descobrir quais são as críticas à sua personalidade. Sabemos, por exemplo, que foi demitida de um cargo por chegar sempre atrasada, do autoritarismo e das broncas duras aos subordinados. O ex-deputado Luciano Zica define que "a Dilma é a pessoa mais democrática do mundo, desde que se concorde 100% com ela" (34, p.31). Enquanto uns ressaltam que é humilde, outros preferem dizer que "vendeu a imagem de que não é ambiciosa, de que está ali para servir. Ela é o garçom do presidente" (p.31).

Quando uma questão não é consenso, o jornalista corre atrás de diversos pontos de vista. Alceu Collares, ex-prefeito de Porto Alegre, garante que a gestão de Dilma como secretária municipal da Fazenda "foi da maior transparência e competência". O advogado Políbio Braga tem outra lembrança e afirma que: "Ela não deixou sequer um relatório, e a Secretaria era um caos" (34, p.28). Os elogios à dedicação ao trabalho se concentram a partir do período em que se tornou Secretária de Energia, Minas e Comunicações do Governo do Rio Grande do Sul.

Cabe dizer ainda que Lula não foi entrevistado para o perfil, provavelmente devido a seus problemas com o jornalista. Ainda assim sua visão sobre Dilma está presente na matéria por meio de um depoimento anterior à revista e da entrevista de parceiros políticos. Segundo essas fontes, o que chamou a atenção do ex-presidente em Rousseff foi a objetividade, o alto grau de conhecimento do setor, a coragem de encarar situações difíceis e, possivelmente, a disposição aguerrida em defender os interesses do governo. O ex-governador do Rio Grande do Sul, Olívio Dutra, complementa: "Um certo comedimento, o fato de ela ter uma visão articulada da área, uma discrição, uma modéstia sem falsidade. Ela com o laptop dela. Está tudo organizado ali. Tem números, elementos, quadros. Ela é sempre afirmativa"(34, p.32).

O próprio Lula reconhecia a inexperiência política da candidata que escolheu - a contragosto do PT - para sucedê-lo. Considerava que sua influência poderia suprir a falta de habilidade da ministra. Lula teria um orgulho imenso da filha, por saber que ela tem qualidades, capacidade de ir ao essencial e produzir resultados, já Dilma nutria por ele uma admiração profunda e lhe devota grande lealdade. A visão sobre a relação dos dois presentes no perfil reafirmam várias impressões presentes no imaginário da população brasileira e aprofundam ainda mais a questão.

Além do intenso processo de apuração, chama atenção em alguns trechos a identidade própria, força comunicativa e qualidade estética da linguagem; características que, de acordo com Lima (capítulo 2, p.13) simbolizam a tentativa de ultrapassar o nível importante, mas meramente informativo da maior parte da produção jornalística atual. Como no seguinte trecho:

O ex-governador Alceu Collares, nos seus 81 anos, continua simpático, falante e de posse de uma portentosa memória declamativa. Há que vê-lo, mal a manhã raiou, a escandir, tonitruante e com gestos largos, os versos do poema "O voto é tua arma", de sua própria lavra (34, p.29).

Esta citação demonstra como recursos literários podem influenciar no texto jornalístico a fim de formar uma grande narrativa, que inspire prazer nos leitores e que mesmo após anos de sua publicação continue a ser uma leitura proveitosa para a compreensão da realidade. A inclusão dos perfis de Dilma no livro *Vultos da República* (2010) corrobora a tese de que estas reportagens conquistaram perenidade comparável a da literatura. Após termos avaliado diversos aspectos das matérias da *Veja* e da *piauí*, acreditamos estar preparados para desenvolver um breve balanço sobre esta pesquisa. Acompanhem-nos na próxima e derradeira etapa.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

No decorrer desta pesquisa pudemos identificar as necessidades que inspiraram a criação e popularização de estruturas clássicas do texto jornalístico, como o lide e a pirâmide invertida. Conhecemos, também, uma das principais iniciativas críticas a esse modelo, o jornalismo literário. Para compreender as reivindicações e procedimentos do estilo acompanhamos o seu desenvolvimento no mundo e no Brasil através do exemplo de repórteres e publicações que se destacaram ao longo da história.

Resgatamos, então, o histórico das revistas no país e partimos para o estudo das peculiaridades que definem este meio de comunicação. Em seguida nos dedicamos às características do gênero perfil e à análise dos dois títulos abordados por este trabalho. Posteriormente, percorremos a biografia de Dilma Rousseff e, por fim, avaliamos os perfis da *piauí* que retratam esta personagem em contraponto com matérias da *Veja*.

Este estudo se propôs a investigar se o uso combinado de técnicas literárias e métodos jornalísticos permite de fato compor reportagens que reflitam a complexidade da realidade social. Para realizar este intento comparamos aspectos da revista *piauí* - representante do jornalismo literário - como linguagem, linha editorial, estrutura interna, projeto gráfico e processos de apuração, com um exemplo do jornalismo convencional, a *Veja*.

O arcabouço teórico e o estudo de caso nos permitiram identificar semelhanças e diferenças entre as duas publicações. No entanto, o saldo geral contabilizou a preponderância de divergências sobre as equivalências. O projeto gráfico, por exemplo, quase não compartilha estratégias em comum. Além de mais ágil, a leitura da *Veja* é muito mais visual, o que gera limitações para o texto. Já a *piauí* reserva apenas uma página para imagens e pelo resto da matéria valoriza quase que exclusivamente o texto. Dos pontos em comum das duas publicações salta aos olhos o desprendimento de estruturas canônicas como lide e pirâmide invertida, e o uso ocasional, pela *Veja*, de uma linguagem narrativa ou metafórica. Isto demonstra que mesmo dentro do modelo tradicional é possível fazer rupturas e inovações para tornar a leitura mais autoral e aprazível.

A imagem de Dilma nas duas reportagens da *Veja* é coerente com os aspectos da personagem explorados pelas outras edições da revista. São reverberados temas como a criação de uma imagem política no contexto das eleições, a relação com Lula, o temperamento áspero, o perfil pragmático no cumprimento das funções, os conflitos com o PT e o passado militante. O depoimento de pessoas do seu círculo íntimo, os interesses fora da

esfera política e a trajetória de sua vida privada raramente marcam presença na revista. A atenção constante dada ao figurino, às dietas e às cirurgias estéticas são exceções. Neste caso, o enfoque nestes aspectos se configura como curiosidade frívola e aproxima a revista de estratégias sensacionalistas ao perder de vista a preocupação com as informações relevantes para a vida em sociedade, ou seja: o interesse público. De modo geral, na *Veja* não conhecemos o lado humano de Dilma, tampouco podemos formular um retrato psicológico amplo sobre ela com as informações recebidas.

Se for possível fazer uma crítica, acreditamos que um dos equívocos da revista se refere à deontologia do jornalismo - ponto nevrálgico que o estilo literário não dispensa, pelo contrário, aprofunda. A reprodução dos múltiplos lados que envolvem uma questão, o respeito ao interesse público e o compromisso de assumir posições quando estas são deliberadamente defendidas são seguidamente desrespeitados. O alinhamento às tendências conservadoras e as escolhas editoriais comprometem o retrato da personagem. É importante destacar que, excetuando-se pontos sobre políticas como regulamentação da mídia e negociações com o MST, aparentemente nenhuma informação foi inventada. Todas retratam a realidade, contudo não representam a sua totalidade. Desse modo, o leitor dispõe apenas de imagens rasas e caricatas de Dilma.

A persona que emerge dos perfis da *piauí*, por sua vez, é deveras menos limitada. A publicação aprofunda aspectos sobre Rousseff já recorrentes em outras edições e os diversifica. As matérias iluminam lados da personagem que estão quase sempre ausentes das discussões públicas. Este passo só foi possível devido à longa e cuidadosa apuração do jornalista. A reportagem também apresenta em detalhes a biografia da personagem sem que o limite da invasão de privacidade seja ultrapassado. Conhecemos, afinal, o retrato de um ser humano que - como todos - tem qualidades e defeitos, opiniões e contradições.

Nesse sentido o jornalismo literário praticado cumpre com louvor a missão de retratar a complexidade da realidade. Já o fracasso da *Veja* ao realizar a mesma função não se deve ao modelo de reportagem aderido, mas aos lapsos que cometeu em relação a princípios éticos e deontológicos do jornalismo. O principal mérito destas reportagens narrativas da *piauí* foi justamente resgatar os compromissos fundamentais da profissão – com o adicional de compor um relato que se aproxima da literatura ao conquistar perenidade e dimensão estética.

No conflituoso panorama político atual o esforço de retratar um tema com a maior fidelidade possível pode ser determinante para aclarar a mentalidade dos cidadãos, fundamentar as suas opiniões e trazer os correntes debates passionais e repletos de mitos para o âmbito da racionalidade. Por esse ângulo, as matérias parciais não só promovem a

ignorância como podem levar a atitudes extremas e insensatas neste cenário de desesperança com a política e ânimos acirrados diante das questões referentes à coletividade.

O empenho de suprir a sociedade de informações verídicas e abrangentes possivelmente poderia potencializar o alcance dos veículos de comunicação, que tem sentido ano após ano a diminuição do público - principalmente nas mídias impressas. Talvez essa crescente queda se deva não somente ao surgimento de novas tecnologias, como também ao esgotamento de certo modo de contar histórias.

É evidente que uma publicação como a *piauí* dificilmente poderia se configurar como uma solução para o jornalismo brasileiro. Jornalismo de qualidade custa caro e esse investimento é refletido no preço da publicação - R\$16,00 -, muito mais oneroso do que outras opções nas bancas Brasil afora. O conjunto da população do país não apenas não tem condições financeiras de consumir uma revista com este preço, como também não possui, em sua maioria, a erudição exigida para compreender a leitura e o modelo de publicação da revista.

Ainda assim, a resistência deste tipo de reportagem é – com permissão da expressão – um alívio para o cenário da imprensa nacional. No que concerne aos princípios básicos do jornalismo, o exemplo da revista pode estimular as publicações tradicionais e inspirar o surgimento de novos veículos, por mais que estes não se dediquem necessariamente a produzir matérias de cunho literário. Quem mais ganharia com isto, enfim, seria não apenas o jornalismo em si, mas também a sociedade como um todo.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BASSO, Eliane Fátima Corti. **Revista Senhor: modernidade e cultura na imprensa brasileira**. Rio de Janeiro: Secretaria Especial de Comunicação Social, 2008. Disponível em: <http://www0.rio.rj.gov.br/arquivo/publicacoes-cadernos-sub-memoria.html> Acessado em 06/03/15, às 11:09.

BELO, Eduardo. **Livro-reportagem**. São Paulo: Contexto, 2006.

BOAS, Sergio Vilas. **Perfis e como escrevê-los**. Summus Editorial, 2003.

BAPTISTA, Íria Catarina Queiróz e ABREUY, Karen Cristina Kraemer. **A história das revistas no Brasil: um olhar sobre o segmentado mercado editorial**. (Artigo) Florianópolis: Revista Plural, 2010

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

CATALÃO JÚNIOR, Antônio. **Jornalismo best-seller: o livro-reportagem no Brasil contemporâneo**. Tese de Doutorado apresentada ao Programa de Linguística e Língua Portuguesa da Faculdade de Ciências e Letras – Unesp. Araraquara, 2010.

CUNHA, Euclides. **OS SERTÕES – VOLUME 1**. São Paulo: Fundação Biblioteca Nacional, 1901. Disponível em: <<http://www.dominiopublico.gov.br/download/texto/bn000153.pdf>> Acesso em: 28/02/2015

DINES, Alberto. **O papel do jornal: uma releitura**. 4ª edição. São Paulo: Summus, 1986.

DRAGO, Carolina Pontes de Sá. **Realidade e Piauí: um reencontro do jornalismo literário brasileiro**. 2012. 68f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) – Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2012. Disponível em: <<http://literaturaexpandida.files.wordpress.com/2011/09/monografia-jornalismo-carolina-drago.pdf>> Acesso em: 16/10/2014

FARO, J.S. **Revista Realidade, 1966-1968: tempo da reportagem na imprensa brasileira**. Canoas: Editora da ULBRA/ AGE, 1998.

FREIRE, Roberto. **Este homem é um palhaço**. Revista Realidade, 1966. Disponível em <http://memoria.bn.br/DocReader/docreader.aspx?bib=213659&pasta=ano%20196&pesq=> Acessado em 03/03/15, às 11:20.

GENRO FILHO, Adelmo. **O segredo da pirâmide - para uma teoria marxista do jornalismo**. Porto Alegre, Tchê, 1987.

LAGE, Nilson. **A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística**. Rio de Janeiro: Record, 2003

LIMA, Edvaldo Pereira. **Jornalismo Literário para iniciantes**. São Paulo: Edusp, 2014.

LIPPMAN, Walter. **Opinião Pública**. Editora Vozes, 2008.

MORETZSOHN, Sylvia. **Jornalismo em tempo real: O fetiche da velocidade**. Rio de Janeiro: Revan, 2002.

PENA, Felipe. **Jornalismo Literário**. São Paulo: Editora Contexto, 2011

PEREIRA JUNIOR, Luis Costa. **A Apuração da Notícia: métodos de investigação na imprensa**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2006.

QUEIROZ, Francisco Aquinei Timóteo. **Rasgando o tecido das formalidades: as técnicas do romance em A sangue Frio e em Radical Chique**. Revista Temática, 2011.

QUEIRÓZ BAPTISTA, ÍRIA CATARINA. **Retratos de mulher: análise da representação do corpo feminino nas capas das revistas mensais brasileiras playboy e nova no ano de 2005**. Dissertação apresentada ao Curso de Mestrado em Ciências da Linguagem da Universidade do Sul de Santa Catarina

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

SODRÉ, Muniz e FERRARI Maria Helena. **Técnica de Reportagem - Notas Sobre a Narrativa Jornalística**. São Paulo: Summus Editorial, 1986.

TALESE, Gay. **Fama e anonimato**. 2ª edição. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.

VENTURA, Zuenir. **Chico Mendes – Crime e Castigo**. São Paulo: Companhia das Letras, 2003.

VILLALTA, Daniella. **O surgimento da revista Veja no contexto da modernização brasileira**. Artigo apresentado no Intercom, 2002.

WERNECK, Humberto (organizador). **Vultos da República – Os melhores perfis políticos da revista piauí**. São Paulo: Companhia das Letras, 2010.

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

### **Revista piauí**

Edições analisadas: 31, 34, 63, 72, 101, 103.

Entrevista realizada no Programa do Jô, da Rede Globo, em 21/06/12. Disponível em: <http://gshow.globo.com/programas/programa-do-jo/videos/t/videos/v/jose-hamilton-ribeiro-lanca-livro-realidade-re-vista/2006580/> Acessado em 03/04/2015, às 15:20.

Entrevista com João Moreira Salles no Programa Sempre um Papo. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=P8V5QnHAlmo>  
Acessado em 21/11/14, às 18:40 em 26/02/2015, às 13:20 e em 26/02/2015, às 14:00.

Entrevista com Eliane Brum realizada pelo portal Comunique-se em 08/03/13. Disponível em:

<http://portal.comunique-se.com.br/index.php/entrevistas-e-especiais/71194-eliane-brum-o-bom-jornalismo-se-aplica-a-tudo-o-que-e-da-vida>

Acessado em 18/10/2014, às 19:30.

<http://michaelis.uol.com.br/moderno/portugues/index.php?lingua=portugues-portugues&palavra=release>

Acessado em 04/05/2015, às 21:47

<http://www0.rio.rj.gov.br/arquivo/publicacoes-cadernos-sub-memoria.html>

Acessado em 12/02/2014, às 20:30.

<http://www.portaldosjornalistas.com.br/noticias-conteudo.aspx?id=174>

Acessado em 16/09/2014, às 22:23.

<http://observatoriodaimprensa.com.br/ciencia/boa-surpresa-e-um-porem/>

Acessado em 04/05/2015, às 18:24.

[http://revistapiaui.estadao.com.br/assets/media/geral/apresentao\\_revista\\_piau\\_2014.pdf](http://revistapiaui.estadao.com.br/assets/media/geral/apresentao_revista_piau_2014.pdf)

Acessado em: 05/05/2015, às 19:11 e em: 01/03/15, às 10:15.

[http://observatoriodaimprensa.com.br/jornal-de-debates/o-odio-e-a-heranca-da-imprensa/?fb\\_action\\_ids=763794527024151&fb\\_action\\_types=og.recommends](http://observatoriodaimprensa.com.br/jornal-de-debates/o-odio-e-a-heranca-da-imprensa/?fb_action_ids=763794527024151&fb_action_types=og.recommends)

Acessado em 06/05/2015, às 19:42.

<http://www.cartacapital.com.br/blogs/midiatico/retificacao-em-depoimento-de-youssef-e-mentira-diz-advogado-6661.html>

Acessado em 06/05/2015, às 20:20.

<http://eleicoes.uol.com.br/2014/noticias/2014/10/25/tse-da-direito-de-resposta-a-dilma-no-site-da-revista-veja.htm>

Acessado em 06/05/2015, às 19:53.

<http://veja.abril.com.br/noticia/brasil/direito-de-resposta>

Acessado em 06/05/2015, às 19:58.

[http://pt.wikipedia.org/wiki/Dilma\\_Rousseff](http://pt.wikipedia.org/wiki/Dilma_Rousseff)

Acessado em 12/12/14, às 17:25

<http://eleicoes.uol.com.br/2010/pre-candidatos/conheca-a-trajetoria-de-dilma-rousseff-pre-candidata-a-presidencia-pelo-pt.jhtm>

Acessado em 12/12/14, às 17:40

<http://noticias.bol.uol.com.br/brasil/2010/02/21/veja-cronologia-da-vida-de-dilma-rousseff.jhtm>

Acessado em 05/05/2015, às 19:37

<http://oglobo.globo.com/politica/dilma-a-primeira-mulher-presidente-do-brasil-2931686>

Acessado em 04/05/2015, às 20:00

<http://g1.globo.com/politica/eleicoes/2014/noticia/2014/10/dilma-e-reeleita-presidente-e-amplia-para-16-anos-ciclo-do-pt-no-poder.html> Acessado em 04/05/2015, às 19:53

<http://super.abril.com.br/superarquivo/>  
Acessado em 04/05/2015, às 18:02

<http://quatorrodas.abril.com.br/acervodigital/>.  
Acessado em 05/05/2015, às 18:09.

<http://veja.abril.com.br/acervodigital/home.aspx>  
Acessado em 04/05/2015, às 19:13, em 03/05/2015, às 16:41 e em 06/05/2015, às 20:38.

<http://revistapiaui.estadao.com.br/>  
Acessado em 08/05/2015, às 16:30, em 10/05/2015, às 20:49 e em 26/05/2015, às 14:20, em 10/06, às 19:14, em 13/06, às 09:10 e em 20/06, às 17:35.

<http://observatoriodaimprensa.com.br/ciencia/boa-surpresa-e-um-porem/>  
Acessado em 04/05/2015, às 18:24

<http://eleicoes.uol.com.br/2010/pre-candidatos/conheca-a-trajetoria-de-dilma-rousseff-pre-candidata-a-presidencia-pelo-pt.jhtm>  
Acessado em 04/05/2015, às 19:29.

[http://www.record.com.br/autor\\_sobre.asp?id\\_autor=7590](http://www.record.com.br/autor_sobre.asp?id_autor=7590)  
Acessado em 30/06/2015, às 16:23.

[http://www.jornalismocientifico.com.br/jornalismocientifico/artigos/jornalismo\\_cientifico/artigo1.php](http://www.jornalismocientifico.com.br/jornalismocientifico/artigos/jornalismo_cientifico/artigo1.php)  
Acessado em 03/05/2015, às 16:39.

### **Mídia Kit da Veja Nacional**

Disponível em: <http://www.publiabril.com.br/>  
Acessado em: 28/02/15, às 17:15.

### **Mídia Kit da piauí.**

Disponível em <http://revistapiaui.estadao.com.br/anuncio>  
Acessado em 28/02/15, às 17:30.

### **Revista Veja**

Edições analisadas: 1784, 1785, 1787, 1806, 1832, 1880, 1911, 1020, 1990, 1993, 2000, 2009, 2027, 2032, 2010, 2153.

Disponíveis em: <http://veja.abril.com.br/acervodigital/home.aspx>

Acessados em 04/05/2015, às 19:13, em 03/05/2015, às 16:41 e em 06/05/2015, às 20:38.