



O JORNALISMO LITERÁRIO NAS REVISTAS *REALIDADE E PIAUÍ*

Renan Silva Duarteⁱ

Nara Rattes de Meloⁱⁱ

RESUMO – O jornalismo literário, resultante da soma de certas características e conceitos do jornalismo convencional e do fazer literário, é um produto híbrido independente, que conta com suas próprias especificações e atributos inerentes ao gênero. Essa autonomia permitiu sua divisão em subgêneros, sua presença em movimentos (contra)culturais e até mesmo um espaço próprio de publicação: o livro-reportagem, que é considerado por autores como Lima (2009) e Dutra (2003) como a forma mais eficaz de difusão do texto jornalístico-literário, uma vez que permite ao autor mais autonomia, além de garantir que ele tenha mais tempo de apuração e de escrita. Desta forma, usando como objetos de análise textos e matérias das revistas brasileiras **piauí** e **Realidade**, a pesquisa pretende analisar os conceitos do jornalismo literário e as características que o aproximam do livro-reportagem para, então, compreender como este tipo de texto se insere e se adapta, até os dias atuais, em publicações periódicas, uma vez, inclusive, que foi neste tipo de mídia que o gênero surgiu (nos jornais europeus do século XIX) e se popularizou (nas revistas especializadas em países como os Estados Unidos e o Brasil).

PALAVRAS-CHAVE – Jornalismo; Jornalismo literário; **piauí**; **Realidade**; Periódicos.

ABSTRACT – Literary journalism, resulting from the sum of certain characteristics and concepts of conventional journalism and the literary text, is an independent and hybrid product, a genre which has its own specifications and attributes. This autonomy, allowed its division into subgenres, its presence in (counter)cultural movements and even its own media: the nonfiction books (or “reporting book”), which authors like Lima (2009) and Dutra (2003) consider as the most effective way dissemination of the journalistic-literary text, since it allows the author more autonomy, and more time for research and writing. Therefore, using texts and materials from the Brazilian **piauí** and **Realidade** magazines as objects of analysis, the research intends to analyze the concepts of literary journalism and the characteristics that bring it closer to the nonfiction books media, intending to understand how this kind of text adapts, even nowadays, in periodical publications, considering that was in this type of media that the genre emerged (19th century European newspapers) and became popular



(specialized magazines in countries like the United States and the Brazil).

KEYWORDS – Journalism; Literary journalism; **piauí**; **Realidade**; Periodicals.

Introdução

Ao se depararem com o advento de novos leitores, os jornais periódicos de uma Europa em plena Revolução Industrial começaram a notar que havia uma demanda por produtos literários, algo que suprisse uma necessidade recém-criada nessas pessoas, que acabavam de descobrir o mundo das letras (ARNT, 2004). Assim, junto às notícias cotidianas, esses jornais passaram a publicar contos e folhetins, oferecendo aos leitores os prazeres da leitura, de forma acessível àquela população que não tinha condições financeiras para bancar “luxos” literários. Esse tipo de publicação, unido à massificação das informações – fruto também da Revolução Industrial e seus novos processos de difusão e multiplicação –, transformou o jornalismo de cunho literário em um fenômeno da cultura de massa em âmbito global, já que os folhetins, quando faziam sucesso, eram traduzidos e replicados em todo o mundo, criando o que se considerou uma cultura acessível e comum a diversas classes (ARNT, 2004).

Os autores e jornalistas do gênero, que buscavam produzir escritos que fugissem do jornalismo convencional, encontraram um novo modo de fazer ao utilizarem recursos literários fundidos aos fazeres jornalísticos, dando aos textos a funcionalidade da mídia à qual pertenciam, mas também um diferencial que pretendia chamar a atenção de leitores potenciais e manter o interesse daqueles que

acompanhavam as publicações. Logo, uma importância mútua surgiu entre a literatura e os jornais, que se tornaram, inclusive, o berço e o local de trabalho de muitos escritores, que se aproveitavam do espaço e do público que estavam à sua disposição – alguns deles passaram até mesmo a comandar redações, acabando por modificar e determinar a linguagem e o conteúdo dos jornais (PENA, 2007). Nascia e se firmava o gênero **jornalismo literário**.

Neste trabalho, analisaremos textos de jornalismo literário em mídias periódicas – as revistas brasileiras **Realidade** e **piauí**, especificamente –, buscando compreender se e como estes adaptam suas características e conceitos, uma vez que, segundo Dutra (2003) e Lima (2009), historicamente o gênero se adequou melhor ao formato livro-reportagem. Para este fim, no próximo tópico, apontaremos e explicaremos atributos e particularidades do jornalismo literário e de sua veiculação para, então, no tópico seguinte, fazermos a leitura de duas matérias dos periódicos supracitados, com o intuito de assimilar como o gênero consegue construir sentidos e significados em publicações periódicas.

O jornalismo literário: conceitos, características e veiculação

As tentativas de conceituar o jornalismo literário geralmente encontram dificuldades de consenso, tanto no Brasil quanto no exterior (MARTINEZ, 2017), mas podemos dizer que este se firmou como um



gênero híbrido, que consegue unir, em um só texto, características da literatura e conceitos do jornalismo. “Não se trata da dicotomia ficção ou verdade, mas sim de uma verossimilhança possível. Não se trata da oposição entre informar ou entreter, mas sim de uma atitude narrativa em que ambos estão misturados” (PENA, 2009, p. 192). Dessa forma, a absorção dos elementos dos dois gêneros gera um terceiro gênero que, sendo resultado da soma, se torna de fato um produto – que, por sua vez, também se mantém em estado constante de hibridismo e metamorfose. Compreendemos, então, que o jornalismo literário não é, como pode se pressupor, apenas um exercício criativo de escrita, em que o autor emprega sua verve literária dentro dos moldes da reportagem convencional. Segundo Pena (2009), é algo muito mais amplo, que

[s]ignifica potencializar os recursos do jornalismo, ultrapassar os limites dos acontecimentos cotidianos, proporcionar visões amplas da realidade, exercer plenamente a cidadania, romper as correntes burocráticas do lide [ou *lead*], evitar os definidores primários e, principalmente, garantir perenidade e profundidade aos relatos. No dia seguinte, o texto deve servir para algo mais do que simplesmente embrulhar o peixe na feira (PENA, 2007, p. 6).

Dessa forma, notamos que esta soma da qual resulta o jornalismo literário não é moldada nem requer que toda regra literária e/ou jornalística seja seguida; o gênero consegue ser independente o suficiente para criar e seguir suas próprias diretrizes. No jornalismo convencional, por exemplo, há características rigorosas quanto à apresentação de uma matéria,

preestabelecidas, principalmente, quando este é influenciado pelo objetivismo imposto nos Estados Unidos durante a Guerra Fria – foi nessa época que jornais e jornalistas do mundo todo passaram a difundir notícias de forma mais impessoal e objetiva, utilizando ferramentas como a pirâmide invertida (conceito que impõe que as informações mais relevantes de uma notícia ou texto jornalístico devem vir em primeiro lugar no texto, sendo o restante da matéria escrita em ordem decrescente de importância) e o *lead* (conceito que faz parte da pirâmide invertida; compreende as questões que devem ser respondidas logo nas primeiras linhas do texto: quem?; o que?; como?; onde?; quando?; por quê?) (NECCHI, 2009; PENA, 2007; RABAÇA, BARBOSA, 1987). Assim, segundo Necchi (2009), na busca pelo interesse do leitor, o jornalista literário pode deixar de lado estes modelos prefixados do jornalismo convencional, sendo capaz de fugir, em certo nível, da obviedade e da hegemonia da realidade.

O modo como a literatura de não ficção se volta para a realidade depende dos instrumentos disponibilizados e por ela utilizados. A busca pela compreensão da realidade se modifica de acordo com o que a sociedade requer, alterando, inclusive, os procedimentos da imprensa. Por conseguinte, o jornalismo literário se adapta, buscando sempre evolução de acordo com os anseios de seus leitores, evitando ser estático (LIMA, 2009). Esse caráter dinâmico do gênero fez com que diversos subgêneros surgissem; dentre eles, segundo Pena (2007), os famosos



romances-reportagem e o *new journalism*¹ americano, além de outros nichos, como o jornalismo gonzo e a ficção jornalística – todos contendo atributos e qualidades em comum, ajudando a não somente embasar como também a concretizar uma conceituação mais ampla do que conhecemos como jornalismo literário.

Após analisarmos a história do surgimento e da propagação do jornalismo literário, conseguimos compreender de forma mais clara o que Lima (2009) quis dizer quando falou sobre como o jornalismo pode e deve se adaptar a novos modos e maneiras de compreensão do mundo e de cada pessoa. Segundo o autor, novos sentidos e ideias alteram a dinâmica da sociedade, gerando novas conexões entre os indivíduos e o mundo (LIMA, 2009). Isto posto, torna-se compreensível que o jornalismo literário tenha tomado o mundo ainda no século XIX, como já visto, a partir da massificação e distribuição em âmbito global dos textos do gênero. Além disso, foi também essa característica de adaptação do jornalismo literário que possibilitou outras mudanças; quando os folhetins que circulavam na imprensa europeia passaram a ser levados e publicados em outras partes do mundo, não encontraram tanto espaço nas páginas dos jornais em alguns países: nos Estados Unidos, por exemplo, faziam muito sucesso, mas eram publicados em revistas especializadas (ARNT, 2004). Nesse contexto, as revistas atendem bem à demanda de autores, pois são um meio

caminho entre a perenidade dos jornais e a permanência dos livros, servindo como um espaço de teste para muitos escritores (PANIAGO, 2008). O encontro do jornalismo com a literatura nesses periódicos

[...] proporcionou não apenas um convívio inteligente, como apropriações de modos de apresentação de textos não-ficcionais, que mesmo necessitando desse princípio de ser fiel a uma suposta realidade, pode apresentá-la de modos variados. A literatura, não raro, cedeu algumas de suas técnicas para esse jornalismo. Tanto foi assim que se tomou possível falar desde sempre de um jornalismo literário. Embora o substantivo tenha um peso extremamente importante nesse conceito, uma vez que é de jornalismo que se trata, e, portanto, o princípio da verificabilidade e da veracidade precisam estar resguardados a todo custo, trata-se também de buscar nessa área vizinha pontos de contato e ajuda quando necessário (PANIAGO, 2008, p. 87-88).

Já no Brasil, houve uma pequena abertura da imprensa para os autores que se aventuravam no novo modo de escrita, mas não havia muita repercussão e sucesso para eles nas páginas dos jornais. “A influência do jornalismo literário foi particularmente importante [...]. Só que, sem um esforço institucional que promovesse um programa de alfabetização, o jornalismo literário não representou a ascensão do povo à cultura letrada” (ARNT, 2004, p. 49). Desta forma, segundo Arnt (2004), mesmo contendo

¹ Segundo Necchi (2009), o “novo jornalismo” foi um movimento contracultural, ocorrido principalmente na década de 1960 nos EUA, durante o qual jornalistas que buscavam independência,

textos mais autorais, biográficos e subjetivos, se aproveitavam do caráter literário que já fora experimentado por escritores no século XIX, recriando e expandindo as possibilidades do gênero.



uma importante carga cultural, o jornalismo literário não penetrou de fato a sociedade brasileira, muito menos de forma ampla e inclusiva – como o gênero se propôs em seu surgimento. Um exemplo disto é que somente na década de 1960 surgiu a revista **Realidade** – segundo Necchi (2009), a pioneira do gênero no Brasil. Dessa forma, os autores brasileiros precisavam sair dos poucos jornais e das raras revistas nas quais tinham espaço caso quisessem mais reconhecimento, e isso fez com que começassem a buscar publicações no formato livro-reportagem (ARNT, 2004), que “[...] sempre foram usados como suporte para obras cujo conteúdo é de natureza jornalística [...], mas o que chamamos de livro-reportagem moderno foi gestado e gerado no seio do *new journalism*, com grande repercussão nos anos 1960 da contracultura e do inconformismo social” (DUTRA, 2003, p. 58).

Nesse sentido, há autores que afirmam que o jornalismo literário e o livro-reportagem se encaixam perfeitamente, pois conseguem “traduzir narrativamente conhecimentos complexos, tirando-os do campo exclusivo dos especialistas, universalizando-os” (LIMA, 2009, p. 437). Dutra (2003) aponta como o jornalismo literário encontra nos livros-reportagem a melhor opção para sua publicação, já que estes buscam uma permanência maior do que o jornalismo convencional:

[...] refere-se ao fato de o livro-reportagem buscar uma permanência maior que a do jornalismo mais ligeiro (e descartável) das mídias tradicionais e almejar tocar o leitor mais pela razão (e pela argumentação) que pela emoção

instantânea e barata. Com sua elaboração mais lenta e cuidadosa, os livros-reportagem podem – e devem – ser mais profundos, abrangentes e detalhados que as matérias para jornais e revistas, tanto em seus recursos dissertativos e descritivos quanto em seus aspectos reflexivos e interpretativos.

[...] As origens da atual popularização do livro como suporte jornalístico estão intimamente ligadas ao *new journalism* e à heterodoxia de suas reportagens regadas com muitos recursos advindos de outras expressões, especialmente da ficção literária (DUTRA, 2003, p. 57-58).

Analisando, então, sua forma de produção e distribuição, citadas por Arnt (2004), ou suas ambições enquanto obra, como apontado por Lima (2009) e Dutra (2003), conseguimos compreender como a intenção natural de permanência do livro-reportagem – ao contrário daquela da notícia cotidiana dos jornais e pouco maior do que a da revista semanal – e suas possibilidades de experimentações híbridas com outras formas de expressão, o aproximam do jornalismo literário.

Com foco na questão do tempo de criação, Lima (2009) aponta que, para a confecção de reportagem de jornalismo literário, além dos prazos mais extensos para apuração, o ideal é que depois o autor ainda consiga se afastar de suas anotações e apurações – o que lhe permite tempo para reflexão e compreensão de suas emoções e intuições – e, somente depois, escrever de fato. Essa característica nos ajuda a compreender de forma ainda mais clara os motivos pelos quais o livro-reportagem tornou-se mais conveniente ao jornalista-literário – ainda mais atualmente, diante da velocidade cada vez maior da veiculação,



atualização e demanda por notícias e informações, a partir do conceito de instantaneidade, numa guerra por quem é o “primeiro a verificar, a organizar ou a agregar” (BRADSHAW, 2014, p. 112).

Todavia, ainda que as informações supracitadas nos mostrem como o gênero tende a encontrar seu lugar em páginas de publicações não periódicas, há revistas que se aproveitaram e outras que ainda se aproveitam do jornalismo literário em seus textos. No Brasil, como já apontado, periódicos como a extinta **Realidade** e a atual **piauí** (dentre outras menores ou menos conhecidas, tanto já terminadas quanto ainda em circulação), podemos encontrar reportagens e matérias longas, densas e até opinativas – algo não tão comum nas revistas que seguem a linha objetiva e (dita) imparcial do jornalismo convencional. Porém, essas publicações contam com uma periodicidade diferente da maioria dos periódicos ditos convencionais: ambas as revistas analisadas são (era, no caso da **Realidade**) mensais – o que não costuma ocorrer em publicações como a **Veja**, que é lançada semanalmente. O fato de serem lançadas mensalmente acaba as afastando ainda mais do jornalismo convencional e seu conceito citado da instantaneidade, já que, atualmente, os jornalistas da mídia impressa precisaram se adaptar para produzir coberturas ao vivo, precisando preencher espaços nas telas do celular do leitor o mais rápido possível (BRADSHAW, 2014). Um trecho de um texto publicitário da revista **piauí** explica de forma clara e aberta como a publicação lida com o tempo demandado por seus jornalistas e seus textos:

Gostamos de imaginar que somos uma revista serena, que dá **tempo a seus jornalistas para que trabalhem**, e que isso **não é sinônimo de lentidão, mas de apuro**. Talvez tenhamos sido influenciados pelas nossas leituras de criança, quando aprendemos que nem sempre a lebre vence a corrida. Com nosso passo cuidadoso, **já chegamos na frente várias vezes**. Muitos temas que se transformaram na manchete dos jornais apareceram antes em **piauí** (PIAÚI - Mídia Kit, 2020, p. 3, grifos nossos).

Esta questão de tempo das apurações também é comentada no editorial da edição nº 10 da revista **Realidade**, assinado pelo diretor Roberto Civita, que explicava como se deu a pesquisa e investigação de uma matéria específica daquele número, como segue:

[...] levamos **quase três meses** realizando uma grande pesquisa nacional. **Entrevistamos 1.200 mulheres** de todos os tipos, idades e mentalidades de Pernambuco ao Rio Grande do Sul. [...] orgulhamo-nos de apresentar as conclusões do maior estudo no gênero jamais realizado no Brasil. Simultaneamente, três equipes saíram de viagem. Encarregados de preparar uma reportagem sobre o trabalho pioneiro das “novas” freiras, Luiz Fernando Mercadante e Geraldo Mori voaram antes para o Araguaia, depois para cidadezinhas empoeiradas de **quatro** estados do Norte e Nordeste. Roberto Freire e David Zingg **foram morar** em Salvador a fim de realizar o perfil de uma típica mãe-de-santo. E Narciso Kalili e Cláudia Andujar **passaram quase 20 dias** no Rio Grande do Sul à procura de



uma parteira “clássica” (CIVITA, R., 1966, p. 3, grifos nossos)².

Ainda na linha das exceções, mesmo que pesquisadores como Sims (1984) afirmem que os jornalistas do jornalismo literário podem e devem seguir suas próprias regras, há estudiosos e teóricos que apontam princípios norteadores, como o papel social do autor e do texto jornalístico (LIMA, 2009; PENA, 2007; VALIM, 2016), além de diversas outras características, que apontam questões que vão desde questões literárias – como construir seus personagens-fontes e utilizar a criatividade no texto – até itens que remetem ao fazer jornalístico – cidadania e compromisso sociocultural, por exemplo. Estes e outros conceitos são a base desta análise a partir do próximo tópico, durante o qual servirão como base teórica para a leitura de textos e reportagens das revistas **piauí** e **Realidade**, servindo para o propósito da pesquisa, que é o de compreender o jornalismo literário em periódicos.

Características do jornalismo literário nas revistas **Realidade** e **piauí**

Conforme já explicado, no Brasil os jornalistas encontraram mais espaço na literatura a partir da publicação de obras em formato de livro-reportagem. Nesse

sentido, encontramos tanto exemplos canônicos, como Euclides da Cunha (**Os sertões**) (NECCHI, 2009), como obras mais recentes, como as lançadas por Caco Barcellos (**Rota 66, Abusado, o dono do morro Dona Marta**) e Daniela Arbex (**Holocausto Brasileiro, Todo dia a mesma noite: a história não contada da boate Kiss**), entre muitos outros (os dois últimos exemplos, jornalistas de periódicos que, ao escolherem o livro-reportagem como veículo de seus textos mais extensos e densos alcançaram um alto grau de reconhecimento e de vendas).

Todavia, revistas periódicas focadas em jornalismo literário não foram totalmente extintas devido ao advento do livro-reportagem. Mesmo não sendo consideradas tão convenientes ao gênero quanto os livros (DUTRA, 2003; LIMA, 2009), títulos como **Realidade**, publicada entre 1966 e 1976, e **piauí**, lançada em 2006 e ainda em circulação, são alguns exemplos de revistas com conteúdo baseado em textos de cunho jornalístico-literário que podemos encontrar no Brasil. Pretendemos neste tópico, então, discutir como se adaptam e convergem as características do jornalismo literário (e consequentemente do livro-reportagem) com aquelas do jornalismo periódico nessas publicações.

² As edições da revista **Realidade** contêm textos escritos à época, de acordo, então, com antigas normas ortográficas do português. Dessa forma,

buscando uma leitura fluida deste artigo, adaptamos as citações diretas de acordo com as novas regras ortográficas, sem modificar, em qualquer nível, o sentido do texto.

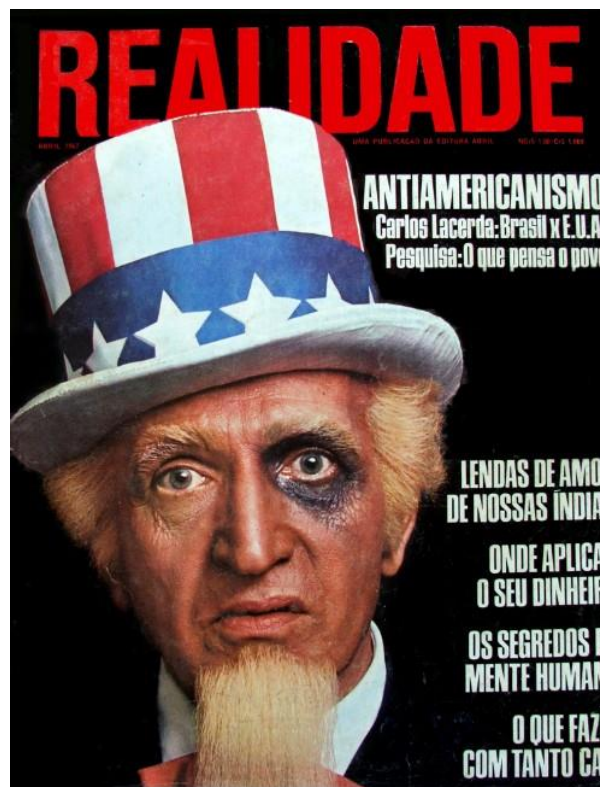


Figura 1

Revista **Realidade**: capa da edição nº 13, de 1967
Fonte: REVISTA REALIDADE, nº 13, 1967.

A revista **Realidade** se anunciou, logo em sua primeira edição, como uma publicação que acompanhava o crescimento e a evolução do país. Ainda no texto de apresentação, assinado pelo editor Victor Civita, **Realidade** se propunha a não somente informar, como divertir e estimular seus leitores – que querem saber **mais** a respeito de **tudo**:

[...] O Brasil vai crescendo em todas as direções. Voltado para o trabalho e confiante no futuro, prepara-se para olhar de frente os seus muitos problemas a fim de analisá-los e procurar solucioná-los. E é por isso que agora surge **REALIDADE**. Será a revista dos homens e das mulheres inteligentes que desejam saber mais a respeito de tudo.

Pretendemos informar, divertir, estimular e servir a nossos leitores. Com seriedade, honestidade e entusiasmo. Queremos comunicar a nossa fé inabalável no Brasil e no seu povo, na liberdade do ser humano, no impulso renovador que hoje varre o País, e nas realizações da livre iniciativa. Assim é com humildade, confiança e prazer que dedicamos **REALIDADE** a centenas de milhares de brasileiros lúcidos, interessados em conhecer melhor o presente para viver melhor o futuro (CIVITA, V., 1966, p. 3, grifos nossos).

O segundo periódico que fará parte da análise, a **piauí**, se apresenta em seu material publicitário lançado em 2020 como uma revista de jornalismo, ideias e humor que publica “praticamente qualquer tema”:



A **piauí** é uma revista mensal de jornalismo, ideias e humor. Publicamos para quem gosta de ler. **Vale praticamente qualquer tema. Política, literatura, economia, televisão, arquitetura, cinema, futebol, odontologia – contanto que o dentista seja interessante, ou o tratamento de canal, revolucionário.** Jornalistas, escritores, artistas gráficos, ensaístas, críticos e humoristas de todas as idades expressam em **piauí** diferentes aspectos da vida nacional, que, convenhamos, não anda fácil de ser compreendida. Numa situação como essa, é melhor admitir a perplexidade do que prescrever receitas infalíveis de salvação. Não salvamos ninguém, estamos perplexos, mas somos

muito curiosos (PIAUÍ - Mídia Kit, 2020, p. 2, grifos nossos).

A questão do humor nos remete ao texto da **Realidade** em sua primeira edição e deixa clara mais uma de suas diferenças, já que as revistas de jornalismo convencional não costumam abrir mão da sobriedade dos textos mais objetivos. Além disso, notamos que as revistas de cunho literário-jornalístico tendem a não se aterem a textos e editoriais fechadas, nos quais cada jornalista trata de um assunto, que tende a não extrapolar muito os limites aos quais se propõe.



Figura 2

Revista **piauí**: capa da edição n° 59, de 2011
Fonte: REVISTA PIAUÍ, n° 59, 2011.

Isto posto, nos próximos subtópicos os periódicos supracitados serão lidos e

analisados a partir dos conceitos apontados por Lima (2009) como sendo inerentes ao



jornalismo literário (exatidão e precisão; contar uma história; humanização; compreensão; universalização temática; estilo próprio; imersão; simbolismo; criatividade e; responsabilidade ética), complementados por outros pesquisadores, como Sims (1984), Valim (2016) e Pena (2007). Para os objetivos deste trabalho, faremos a análise de dois textos específicos publicados nas revistas em questão: “**O que fazer com tanto café?**”, de Hamilton Ribeiro, presente na edição nº 13 da revista **Realidade** e “**General samurai**”, matéria de Fábio Fujita, publicada na edição nº 59 da revista **piauí**.

Exatidão e precisão

São conceitos importantes pois garantem o sentido de veracidade do que está sendo narrado, auxiliando o leitor a visualizar o que está lendo de forma mais exata, a partir da construção do cenário do que está sendo apresentado (LIMA, 2009).

A matéria da revista **Realidade**, publicada em 1967, levanta a polêmica sobre uma crise que ocorria na época: o café estava desvalorizado e o governo afirmava que a culpa era da demasiada quantidade produzida pelos cafeicultores (muito acima do que era exportado), enquanto os produtores afirmavam que o problema era a baixa procura que havia dos grãos. O governo, então, entre outras decisões, passa a pagar ao cafeicultor por área de plantação de café que fosse derrubada e exige que no lugar seja plantado arroz, feijão ou milho. Diante disso, o autor descreve de forma bem clara e sistêmica o panorama da situação:

[t]udo decorre de um dado básico: o consumo mundial de café é da ordem de 45 milhões de sacas por ano. E o comércio internacional, regulado por um acordo entre países produtores e consumidores de café, fixa para cada país produtor uma porcentagem do mercado. Cabe ao Brasil a cota de 37% do consumo internacional, isto é, de 16 a 17 milhões de sacas anuais. E nós produzimos, quando não há geadas, muito mais: 36 milhões de sacas no ano passado. Acrescentando a nossas exportações o café destinado ao consumo interno – de 7 a 8 milhões de sacas – tem-se que o Brasil deveria produzir, anualmente, 24 milhões de sacas. Aí, nada sobriaria, nem faltaria. Atualmente sobra, e muito. Os armazéns do IBC estão sobrecarregados: espera-se fechar o ano com 81 milhões de sacas. Ao preço do café em **nossa moeda**, isso equivale a um capital imobilizado de 2,5 trilhões de cruzeiros velhos – quase a metade do orçamento da União para 1967 (RIBEIRO, 1967, p. 68, grifos do autor).

A matéria da **piauí** é sobre Maurício Shogun, lutador de Artes Marciais Mistas (MMA), e sua tentativa de retomar o cinturão perdido em uma derrota passada. À época, o atleta estava prestes a reencontrar o adversário que o vencera e tirara seu título. A partir da vida e rotina de Shogun, o texto relembra a trajetória do UFC, que inicialmente era um torneio de vale-tudo quase sem regras e depois evoluiu para um confronto mais controlado e, conseqüentemente, mais vendável.

Os aspectos de exatidão e precisão permeiam o texto ao apresentar, entre outras informações, dados históricos, descrição de comportamentos dos lutadores



e exposição de dados sobre quão lucrativo o UFC se tornou, como trecho abaixo:

Embora a organização do UFC não divulgue cifras econômicas, a engrenagem na qual ela se sustenta é milionária. Segundo reportagem do jornalista Felipe Awe, do SporTV, uma única edição do evento gera, em média, 70 milhões de reais em receitas. Comprada em 2001 por White e os irmãos Fertita pela bagatela de 2 milhões de dólares, hoje a marca valeria – segundo a revista **Fortune** – 1 bilhão de dólares. As bilheterias trazem boa parte da receita. Os 14 mil ingressos para o UFC Rio, por exemplo, se esgotaram em uma hora e catorze minutos – e eles custam, cada um, entre 275 reais e 1,6 mil reais (FUJITA, 2011, p. 35, grifos do autor).

Contar uma história

Ao contrário dos parâmetros do jornalismo convencional, pautado pelo modo lógico, racional e objetivo de apresentar estritamente apenas o necessário, sem subjetivações ou divagações, o jornalismo literário demanda elementos para além da exposição da informação factual, construindo narrativas a partir da notícia (LIMA, 2009). Quanto aos personagens presentes na história, Valim (2016) apresenta o conceito de composição do herói, afirmando que o autor do texto pode transformar o ordinário e extraordinário e encantador, elevando os personagens da história a partir de característica heroicas e surpreendentes e também o conceito de narratividade, que afirma ser uma característica que ajuda a dimensionar cenários e situações para além do factual.

Quando usamos como exemplo a matéria “**O que fazer com tanto café?**”, da revista **Realidade**, conseguimos encontrar trechos parecidos com narrativas literárias, principalmente quando o autor fala sobre os cafeicultores e suas famílias.

A ordem chegou no sábado para o capataz. Devia preparar o trator e contratar todos os peões que pudesse, para começar a arrancar 85 mil pés de café, segunda de manhãzinha. Jesuíno estava prevenido e não se espantou muito com a ordem. Mas **seo** Onofre, o caseiro, que tinha vindo para a fazenda quando aquilo era um mato só, achou que alguma coisa estranha estava acontecendo.

– Arrancar 85 mil pés de café ainda novos? Acho que esta história está mal contada, Jesuíno. No seu lugar eu arreava um cavalo e ia até o patrimônio para falar no telefone com **seo** João, lá em Londrina. Meter o trator no cafezal é um sacrilégio, e esse risco eu não corria só a troco de um bilhete.

– **Seo** João já tinha me falado nisso, Onofre. É negócio do governo: eles pagam quase 900 contos por alqueire de café arrancado. E no lugar dele é para plantar arroz, feijão e milho durante dois anos, depois vira pasto. (RIBEIRO, 1967, p. 68, grifos do autor).

Voltada para a figura de Shogun, a matéria da **piauí** dramatiza momentos de seu cotidiano para atender à narrativa, apresentando ao leitor um panorama mais profundo da relação de seu protagonista – o lutador – com outros aspectos da vida.

O assédio feminino sobre os lutadores é forte. Certa vez, num Dia dos Namorados no Japão, Shogun ganhou centenas de bombons e presentinhos de admiradoras. Quando soube disso, a mãe o alertou: “Pelo amor de Deus, não coma



nenhum: podem estar envenenados.”
Não estavam (FUJITA, 2011, p. 35).

O trecho, ao mesmo tempo em que narra uma situação específica sobre o Dia dos Namorados, vivida por Shogun, revela algo íntimo da relação da mãe com a profissão do lutador. O recurso da dramatização pela linguagem é notável na última frase do trecho (“Não estavam.”), que deixa implícito o fato de Shogun não seguir os conselhos da mãe, recurso que atende à narratividade do texto e à construção do caráter do personagem.

Humanização

Complementando, em certo grau, o tópico anterior, o conceito de humanização aponta que deve haver, por parte do escritor, cuidado e atenção na representação de seus personagens e protagonistas, pois devem ser preservadas não somente suas virtudes e grandezas, como também suas limitações e fraquezas, mantendo a verossimilhança e o caráter real da dimensão humana requerida em textos do gênero, nos quais o leitor deve conseguir se enxergar (LIMA, 2009).

Sims (1984) afirmou que há envolvimento maior entre os jornalistas literários e suas narrativas, confessando falhas e emoções humanas (próprias e das fontes/personagens), seja em maior ou menor grau e que, ao contrário da ficção, a precisão é importante pois a veracidade das histórias requer cuidado e verossimilhança. Desta forma, mesmo a conceituação de construção do herói de Valim (2016) afirma que esse desenvolvimento deve se dar de forma natural e crível, tornando possível a

observação de pessoas comuns em contextos cruciais e plausíveis ao leitor.

Nas duas reportagens, o cuidado com o tratamento dos personagens é uma constante. Para além da apresentação fria de quem são os retratados na matéria, há uma construção consciente, enfatizando traços, trejeitos e características, procedimento que, por ser mais próximo da narrativa literária, se distancia do jornalismo convencional.

Outro cafeicultor entra no debate. É Álvaro Godói, um dos maiores fazendeiros de Londrina. A barba cuidada há 30 anos, a rala cabeleira castigada pelo chapéu de aba larga, ele dosa bem, em sua vida, violência e poesia. Já tentou até uma **marcha** sobre Brasília, para **defender** o café; o Exército impediu-a (RIBEIRO, 1967, p. 69, grifos do autor).

Na matéria sobre Shogun, depois de enfatizar algumas de suas qualidades, o texto se volta para uma derrota sofrida e as marcas psicológicas resultantes, recurso que busca a humanização do protagonista: “‘Fiquei muito chateado com a minha performance, não tive chance’, disse ele. Acredita que perdeu por não ter se preparado direito, por ter se acomodado numa zona de conforto” (FUJITA, 2011, p. 36).

Em outro trecho, em contraste à persona resistente do lutador, o repórter revela momentos de vulnerabilidade:

No trajeto até o octógono, passando pelo meio do público, Mauricio Shogun já está um pouco mais relaxado. Gosta da energia da plateia. Procura mentalizar que o “pior já passou”, lembrando-se do longo período de treinamento e de privações – social, família, alimentar – a



que se submeteu para estar ali. Garante não ter medo de se ferir – só de perder. “A maior cicatriz de uma luta é a derrota, não os machucados”, explicou (FUJITA, 2011, p. 36).

Compreensão

Já dissemos que é importante que o jornalista literário situe o seu leitor, deixando alguns dados e informações claros. Todavia, Lima (2009) afirma também que isso não basta no texto do gênero: deve haver diversificação, uma busca pela fuga do caráter verticalizado e unilateral.

Na matéria da revista **Realidade** há um trecho que pode ser usado como exemplo neste tópico: em dado momento, Ribeiro (1967) compara os dados da empregabilidade do café aos dados da indústria automobilística do Brasil, sendo talvez uma manobra que busque levar o texto para mais perto da realidade dos leitores das grandes cidades, uma vez que Valim (2016) afirmou que uma das ideias do jornalismo literário é permanecer na memória do leitor e que, para isso, ele busca o uso de representações presentes na memória coletiva, criando elo com o leitor, que se enxerga na narrativa.

[...] o Brasil tem hoje, ainda, cerca de 2,3 bilhões de pés de café. Cada 4 ou 5 mil pés de café dão trabalho para um adulto e um menor [...]. Isso soma, trabalhando diretamente no cafezal (capina, arruação, colheita), um milhão de pessoas. Com mais 10% de pessoal, correspondente aos administradores, fiscais, tratoristas, terreiristas, chegamos a um total de um milhão e 100 mil trabalhadores, ou seja, 500 mil famílias, pois cada dois são de uma família só. Atribuindo-se a média de

seis pessoas por família no meio rural – e esse é um número conservador – há 3.300.000 brasileiros diretamente dependentes da cafeicultura.

O número de empregados na indústria automobilística (fábricas de veículos e 1.600 indústrias de autopeças) é de 200 mil, com aproximadamente um milhão de dependentes diretos, isto é, um terço da **população** do café (RIBEIRO, 1967, p. 71, grifos do autor).

Ainda segundo Lima (2009), a ideia é criar um texto prazeroso, que não tenha como único objetivo o registro e a difusão de uma notícia. No caso da matéria da **piauí**, se verifica tal característica principalmente na maneira como o jornalista remonta a história da criação e desenvolvimento do UFC para contar a trajetória de Shogun nesse meio. São vários os momentos em que o repórter pausa sua narrativa sobre o atleta para dar ao leitor um contexto profundo sobre a evolução do esporte, e da profissionalização da figura dos lutadores, transformando-os em verdadeiros astros e participantes de um negócio bilionário, sem nunca perder a perspectiva individual do atleta.

Universalização temática

Quando lemos uma revista ou qualquer outro produto jornalístico convencional, é comum (e esperado) que haja divisões por editoriais, uma vez que a divisão por assunto, tema ou datas específicas, por exemplo, tende a tornar a leitura ainda mais objetiva e ágil, segundo Lima (2009). Todavia, geralmente o texto de jornalismo literário, ainda segundo as conceituações do autor, não conta com divisões específicas e claras como as apontadas, já que o gênero procura



compreender determinado tema a partir de assuntos e estudos subjacentes – o que o torna universal, a partir de uma função basicamente educativa do autor, que procura escrever de forma atraente e instigante (LIMA, 2009).

Podemos apontar que essa conceituação é reafirmada por Pena (2007), principalmente quando ele diz que o escritor busca ter uma visão ampla da realidade, repassando em seu texto, de forma abrangente e contextualizada, dados e informações a partir de abordagens de diferentes temas e conteúdos. Dessa maneira, na matéria intitulada “**O que fazer com tanto café?**”, da revista **Realidade**, podemos encontrar alguns exemplos do que Lima (2009) chama de universalização temática, uma vez que Ribeiro (1967), ao falar sobre questões econômicas relacionadas ao café, se utiliza de dados químicos, biológicos, socioeconômicos e históricos, por exemplo, conforme podemos ler nos trechos apontados a seguir:

Válter Lazarini, chefe da seção de café do Instituto Agrônomo de Campinas, explica por que o Brasil reúne as melhores condições do mundo para produzir café: a) de solo, por suas propriedades físicas, químicas e topográficas: terras ricas, planas e de boa **liga** para a planta; b) de clima: período chuvoso quente e úmido de setembro a maio, e frio e seco de maio em diante para seu amadurecimento e colheita – resultado: mais aroma, mais sabor e menos açúcar; c) de infraestrutura: a organização econômico-social da cafeicultura brasileira (transporte, rede bancária, equipamento básico, custo de produção) é mais favorável do que a de

qualquer dos outros países produtores de café; d) recursos agrônômicos – a seleção de sementes, as práticas de cultura e mesmo o elemento humano que trabalha nas fazendas são muito superiores aos dos países concorrentes (RIBEIRO, 1967, p. 68, grifos do autor)

E há muito tempo a própria figura do cafeicultor não é mais a do **barão da terra**, cheio de luxo e de grandes voltas ao mundo. Uma pesquisa do IBC no município de Colorado, no Paraná, não revelou, entre 350 cafeicultores, nenhum que tivesse curso superior. Só dois tinham curso secundário, mais de 80% deles mal desenhavam o nome, pois não haviam [sic] completado sequer o curso primário (RIBEIRO, 1967, p. 71, grifos do autor).

Segundo Pena (2007), quando o autor consegue explorar seu tema de modo mais abrangente e detalhado, o relacionando com outros fatos e situações, ele dá ao texto um espaço temporal de longa duração – o que é, conforme já vimos, uma das metas do jornalista literário. Assim, embora seja mais focada no mundo das lutas de artes marciais mistas, a matéria de Fujita (2011), na revista **piauí**, para fornecer ao leitor uma visão mais ampla do fenômeno, recorre, mais de uma vez, às análises de um terceiro, como no exemplo abaixo:

O psicólogo do esporte João Cozac acha que “o MMA remete àquelas brigas mais antigas de defesa de território, de sobreposição de força, ao mito do herói. Cai até numa leitura mais antiga, da seleção natural que Charles Darwin propôs como teoria, em que os mais fortes sobrevivem. E também na teoria da seleção sexual: de procriação, de estar ao lado dos mais capacitados, dos mais fortes, dos mais belos.” (FUJITA, 2011, p. 36).



Estilo próprio e voz autoral

No jornalismo literário é requerido do autor que sua escrita seja criativa e imaginativa, não se atendo às condições limitadoras do jornalismo convencional, por exemplo. A partir de interpretações e avaliações, ele une seu texto expondo não somente seu nome, como seu rosto, corpo, sua mente e seu coração – sua obra e seu texto devem ter exclusividade e assinatura, sendo, assim, diferenciados e valorizados (LIMA, 2009). Dessa forma, o escritor/jornalista deixa clara sua assinatura, isto é, o seu estilo, que difere do jornalismo convencional pelo grau de autonomia que a voz autoral confere ao texto (VALIM, 2016).

Na matéria da revista **Realidade** podemos notar tais características. O autor se utiliza, de forma livre e constante, de palavras grifadas em negrito em seu texto, virando a atenção do leitor aos pontos específicos por ele definidos. Nesse contexto, ao grifar termos como “**defesa**”, “**filosofia**” e “**população do café**”, “**nossa moeda**”, “**guerra de preços**” e “**loucura**”, há certa definição de ponto de vista ou até opinião por parte do jornalista responsável pelo texto.

Na matéria sobre Shogun, Fujita (2011) deixa transparecer suas avaliações sobre os primeiros anos do UFC, marcado pela sua brutalidade: “as primeiras dificuldades eram a ausência de divisão por categorias e a quase inexistência de regras – valia até puxar o cabelo e morder. O espetáculo era por demais **bizarro**, além de **violento**” (FUJITA, 2011, p. 34, grifos nossos). A forma e o estilo que o jornalista emprega, demarcando para o leitor o que seria notável

na maneira como o UFC se organizava demonstra um olhar pessoal sobre o tema, autoral, que se distancia da abordagem mais fria do jornalismo convencional.

Imersão

O jornalismo literário engloba características e conceitos muito específicos, sendo um deles a imersão que é demandada ao autor do texto – ele deve viver e vivenciar o que pretende contar, tendo estado presente, conhecido e conversado com suas fontes-personagens (LIMA, 2009). Esse tipo de trabalho também impõe cargas horárias e emocionais mais extensas, não sendo um trabalho ágil e rápido, tornando-o muito complexo para publicações convencionais.

Pena (2007) afirma que é importante que o autor garanta a seus relatos perenidade e profundidade, uma vez que uma obra (ou matéria, no caso deste estudo) de jornalismo literário não pode ser efêmera ou superficial. Dessa forma, torna-se mais clara o que Lima (2009) já apontava como sendo a maneira mais completa de o repórter literário expor ao leitor o modo como compreende a realidade – mergulhando e vivenciando a história. Ele precisa “partir a campo, ver, sentir, cheirar, apalpar, ouvir os ambientes por onde circulam seus personagens” (LIMA, 2009, p. 373).

Fica evidente, na matéria da **piauí**, o contato direto com suas fontes-reportagens na reprodução de falas de Shogun e pessoas próximas, relatando situações e pensamentos da intimidade do lutador e de sua relação com familiares. O aspecto de imersão se revela, portanto, na maneira como, a partir de um recorte do cotidiano



do atleta, o repórter apresenta o mundo do UFC visto de dentro.

Simbolismo

No texto de jornalismo literário nem sempre as informações factuais conseguem narrar de forma eficiente uma situação ou cena específica. Isso ocorre pois, segundo Lima (2009), todo acontecimento é composto por significados sutis e subjetivos, que muitas vezes carregam caráter simbólico. Somada a isso, há uma característica do gênero que o faz utilizar a memória coletiva de seu público-alvo, numa busca por se conservar na lembrança desta sociedade, utilizando signos, linguagens, textos e imagens na busca por reconhecimento e relacionamento com o leitor, que acaba se enxergando na narrativa (VALIM, 2016).

Estas particularidades ajudam a compreender o motivo de outro dos princípios do jornalismo literário de Lima (2009) ser o simbolismo, já que o uso deste conceito pelo autor ajuda o leitor a compreender e enxergar de forma consolidada o texto que está lendo (ou até mesmo o que não está lendo – isto é, o que está implícito). Por isso, “textos narrativos contêm mais do que palavras [...] e traços gráficos. Contêm cores, sabores, impressões, dimensões espaciais [...], objetos, volumes. Pensamentos. Emoções” (LIMA, 2009, p. 383).

Na revista **piauí**, percebemos a presença do simbolismo quando Fujita (2011) descreve Shogun:

Mauricio Shogun está com 29 anos. Tem 1,83 metro de altura, 1,93 metro de

envergadura e pesa 93 quilos. Seu rosto não traz nenhuma marca da profissão. Tem três tatuagens: uma de um shogun samurai, outra de Nossa Senhora do Perpétuo Socorro e a terceira com a expressão *muay thai*, sua arte marcial favorita, em caracteres tailandeses. É um sujeito calmo e de poucas palavras, talvez um pouco em função de um leve problema de dicção, que o faz atropelas algumas frases. Na infância, fez fonoaudiologia por dois anos para tratar do distúrbio.

Há um ano e meio, filmou o nascimento da sua única filha, Maria Eduarda. [...] Quando está à toa, gosta de passear com Sakao, um pit bull tão manso que, assegura, “acha que é poodle” (FUJITA, 2011, p. 35).

O trecho em questão vem após uma exposição longa sobre o crescimento do UFC como um negócio bilionário depois da implementação de regras que garantissem que o espetáculo fosse vendável e a integridade dos atletas mantida. A matéria deixa claro, também, que Shogun é proveniente das épocas mais extremas do esporte. Neste ponto, portanto, o leitor já tem uma imagem que Shogun é excepcional no que faz, o que exige agressividade na hora do confronto. Fujita (2011), no entanto, ao retratar seu personagem fora dos ringues, apresenta uma série de símbolos em contraste com a natureza violenta da profissão do atleta – símbolos que afirmam a serenidade de Shogun. Apesar de sua estatura e grande porte, traz na pele tatuagem que demonstra sua devoção religiosa. A reportagem destaca, ainda, seu amor paterno ao apontar a gravação do nascimento da filha, e finaliza com a figura do pit bull, que serve como um



paralelo ao próprio Shogun: pode parecer agressivo, mas na verdade é manso. Assim, o jornalista fornece ao leitor uma imagem multifacetada do reportado, com nuances diversas e mais profundas, algo que Lima (2009) poderia conceituar como o uso do simbolismo, na busca pelo interesse do leitor, que se vê inserido na verossimilhança do texto.

Compreendemos, então, que numa obra de jornalismo literário, “a qualidade [...] provém da colisão de mundos, de um confronto com os símbolos de uma cultura real. O jornalismo literário baseia-se na imersão, voz, precisão e simbolismo como forças essenciais” (NORMAN, 1984, p. 2, tradução nossa)³.

Na matéria analisada da revista **Realidade** podemos encontrar o uso de simbolismo quando o autor fala, por exemplo, que “[o] marechal Costa e Silva vai ter de engolir um **café amargo**, em seu governo” (RIBEIRO, 1967, p. 73, grifos nossos). Além disso, há outras passagens nas quais o texto se utiliza de simbolismos, utilizando o próprio café para explicar situações adversas:

Vila Rica é o nome de uma das três ou quatro favelas de Londrina. O povo as chama de **favelinhas do café**. Homens estão conversando numa rua da Vila Rica, e lá vem um garoto falar com um deles:

- Pai, a mãe falou pro senhor dar dinheiro pra comprar pó de café.
- A mãe não sabe que fui mandado embora da fazenda? Tem dinheiro pra café não.

– E por que o senhor foi mandado embora?

– Porque tem café demais.

Fora das favelas, no centro comercial de Londrina, os diálogos são outros, mas o foco das conversas é sempre o mesmo. Um advogado observa:

– A coluna mais lida no jornal é a dos títulos protestados. Só perde para os cheques sem fundos. Café estando ruim, tudo aqui cambaleia (RIBEIRO, 1967, p. 71, grifos do autor).

Criatividade

A realidade transmitida pelo jornalismo literário busca ser inovadora, através de representações e uso de símbolos e isso requer criatividade do autor. Este que, por sua vez, é primeiro um observador para depois ser um escritor, procura escrever com imaginação e engenhosidade (LIMA, 2009). Porém, para Lima (2009), não há possibilidades, no texto jornalístico-literário, de serem forjadas situações, cenários e/ou personagens, pois isso quebraria o compromisso já citado que deve haver com o real.

[a imaginação e a associação] não estão à serviço da fantasia ficcional. Estão à serviço de você imaginar, com a mente receptivamente aberta ao real, novas maneiras de enxergar o mundo. [...] O autor criativo não toma o mundo pelo que ele apresenta à sua frente apenas. [...] Depois, na hora de materializar seus achados em forma de escrita, tem como fazer isso com qualidade, pois preparou-se antes, concebeu uma estratégia criativa para imergir totalmente na realidade, trazendo de sua vivência pérolas criativas (LIMA, 2009, p. 385).

³ “The literary quality of these works comes from the collision of worlds, from a confrontation with the symbols of another, real culture. Literary journalism

draws on immersion, voice, accuracy, and symbolism as essential forces.”



Lima (2009) ainda afirma que o texto de jornalismo literário muitas vezes busca entreter e inovar, tentando conquistar novos leitores e fidelizar os antigos a partir de um olhar único e singular, escolhendo, inclusive, ângulos e pontos de vista que julgar mais interessante, a partir do que é chamado de liberdade criativa. Neste contexto, mais uma vez esbarramos no conceito de “leitura e interpretação do real” de Valim (2016), pois pode haver o uso de subjetividades.

A partir das proposições de Lima (2009), compreendemos que a criatividade é uma característica que emerge do texto de jornalismo literário devido tanto à conjunção dos fatores elencados neste artigo como inerentes ao texto, quanto a um recurso de imaginação à serviço do estilo autoral do escritor, ancorado, no entanto, na responsabilidade ética na representação dos fatos, algo presente de maneira geral nas reportagens aqui analisadas.

Responsabilidade ética

Diante de toda sua liberdade e independência, o autor de textos de cunho jornalístico-literário deve sempre se ater ao pacto implícito de baseamento em fatos reais que ele e seu texto têm com o leitor, sabendo se utilizar da licença artística que lhe é concedida através dos conceitos de “literário” e de “criatividade” (LIMA, 2009). Pena (2007), ainda neste contexto, aponta também a necessidade de o autor exercer plenamente a sua cidadania – ao se decidir por um tema ou abordagem, ele deve sempre estar ciente de que seu texto contribuirá, de certa maneira, para a formação do indivíduo e da sociedade.

É uma característica intrínseca ao texto de jornalismo literário, deve estar presente na consciência do escritor e de todos os outros que fazem parte da composição de uma publicação, seja periódica, não periódica, impressa ou online. Deve ser transmitida ao leitor o que foi apurado da forma mais real possível – requerendo um balanceamento com todos os conceitos literários que citamos até agora.

No caso da matéria da **Realidade**, percebemos a responsabilidade que um assunto delicado como a questão relatada demanda, ainda mais no período em que foi publicado, durante a ditadura militar no Brasil. Na **piauí**, embora se trate de um assunto mais ligado ao mundo do entretenimento e do esporte, o jornalista apresentou um perfil de uma figura pública e dos bastidores de seu meio, além da sua vida pessoal, o que exige, também, uma responsabilidade com a apuração dos dados e com a representação dos personagens envolvidos.

Considerações Finais

A pesquisa buscou compreender o texto de cunho jornalístico-literário em revistas periódicas do gênero, uma vez que vários pesquisadores do assunto afirmam que o livro-reportagem é a melhor forma de publicação de textos de jornalismo literário, pois nesse tipo de mídia o autor encontra mais espaço, voz autoral e tempo para criação.

Assim, verificamos questões de periodicidade e de permanência dessas matérias, buscando compreender como se dá a relação do texto, da revista e dos jornalistas em publicações periódicas que,



apesar de terem impressão mensal em sua maioria, ainda contam com prazos mais curtos do que os de publicação em um livro-reportagem.

Além disso, foi feita uma análise de textos das revistas periódicas **piauí** e **Realidade**, sob a ótica do estudo e da compreensão de características que conceituam e norteiam o jornalismo literário a partir de Lima (2009), Valim (2016) e Pena (2007). Essa parte da pesquisa consistiu em uma leitura detalhada dessas reportagens a fim de verificar, ponto por ponto, as características que os teóricos supracitados apontam como próprias do gênero. De fato, alguns atributos foram isolados para fins da pesquisa, mas reconhecemos que, na dinâmica do texto das reportagens, esses aspectos convergem, sobrepõem-se e se aglutinam, pois é no conjunto de suas operações que esses recursos possibilitam que o texto de jornalismo literário exista como um gênero autônomo.

Conforme também vimos, a literatura de caráter jornalístico é altamente híbrida e mutável, então seria injusto afirmar em uma “conclusão final” que ela pode ou não estar inserida em uma revista periódica ou que o seu espaço é exclusivamente no livro-reportagem. O gênero, assim, funciona a partir de um entendimento mútuo entre seus escritores, editores e leitores, quanto a todas suas particularidades, como questões de prazos, subjetividades e veracidade, por exemplo. O resultado disso é que o jornalismo literário encontra lugar em diversas mídias (até mesmo nas histórias em quadrinhos) e públicos, comprovando como ele pode e consegue se adaptar facilmente, seja na publicação periódica ou não.

Esperamos, então, ao ajudar a comprovar parte do que é apontado como inerente ao jornalismo literário, que a pesquisa sirva como uma prova dessa capacidade de variação e adaptação do gênero.



REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARNT, Hérís. “Jornalismo e ficção: as narrativas do cotidiano”, in **Contemporânea**, Rio de Janeiro, n.3, jul./dez., 2004. Disponível em:

http://www.contemporanea.uerj.br/pdf/ed_03/contemporanea_n03_05_arnt.pdf. Acesso em 7 out. 2020.

BRADSHAW, Paul. “Instantaneidade: Efeito da rede, jornalistas mobile, consumidores ligados e o impacto no consumo, produção e distribuição”, in CANAVILHAS, João. (Org.). **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Portugal: LabCom, 2014. p. 111-136.

CIVITA, Roberto. “O trabalho que elas deram”, in **Revista Realidade**, São Paulo, ano 1, n. 10, jan. 1967. p. 3.

CIVITA, Victor. “Carta do Editor”, in **Revista Realidade**, São Paulo, ano 1, n. 1, abr. 1966. p. 3.

DUTRA, Antônio Aristides Corrêa. **Jornalismo em quadrinhos: a linguagem quadrinística como suporte para reportagens na obra de Joe Sacco e outros autores**. Dissertação de mestrado, Rio de Janeiro: UFRJ/ECO, 2003. 253 p.

FUJITA, Fábio. General samurai. **Revista piauí**, São Paulo, ano 5, n. 59, ago. 2011. p. 33-36.

LIMA, Edvaldo Pereira. **Páginas ampliadas: o livro-reportagem como extensão do jornalismo e da literatura**. Barueri: Malone, 2009.

MARTINEZ, Monica. “Jornalismo Literário: revisão conceitual, história e novas perspectivas”, in **Intercom** – Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, São Paulo, v. 40, n. 3, p. 21-36, set./dez., 2017. Disponível em:

<http://portcom.intercom.org.br/revistas/index.php/revistaintercom/article/view/2798>.

Acesso em 6 out. 2020.

NECCHI, Vitor. “A (im)pertinência da denominação ‘jornalismo literário’”, in **Estudos em Jornalismo e Mídia**, Florianópolis, v. 6, n. 1, p. 99-109, jan./jun., 2009. Disponível em:

<https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2009v6n1p99>.

Acesso em 30 set. 2020.



PANIAGO, Paulo Roberto Assis. **Um retrato interior**: o gênero perfil nas revistas The New Yorker e Realidade. Tese de doutorado, Brasília: UNB/Faculdade de Comunicação, 2008. 467 p.

PENA, Felipe. “O jornalismo Literário como gênero e conceito”, in **Revista Contracampo** - Brazilian Journal of Communication, Niterói, n. 17, p. 43-58, jul./dez. 2007. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/contracampo/article/view/17241>. Acesso em 10 out. 2020.

PENA, Felipe. “O Jornalismo Literário nas imagens de Freud e Lacan: por uma teoria psicanalítica do Jornalismo”, in **Intercom** – Revista Brasileira de Ciências da Comunicação. São Paulo, v. 32, n. 2, p. 185-198, jul./dez. 2009. Disponível em: <http://portcom.intercom.org.br/revistas/index.php/revistaintercom/article/view/266>. Acesso em 10 out. 2020.

PIAUÍ – **Mídia Kit**. 28 p. 2020. Disponível em: <https://piaui.folha.uol.com.br/wp-content/uploads/2019/11/m%C3%ADdia-kit-2020.pdf>. Acesso em 5 out 2020.

RABAÇA, Carlos Alberto, BARBOSA, Gustavo. **Dicionário de Comunicação**. São Paulo: Ática, 1987.

REVISTA REALIDADE, São Paulo, ano 2, n. 13, fev. 1967.

REVISTA PIAUÍ, São Paulo, ano 5, n. 59, ago. 2011.

RIBEIRO, Hamilton. “O que fazer com tanto café?”, in **Revista Realidade**, São Paulo, ano 2, n. 13, fev. 1967. p. 66-76.

SIMS, Norman. “The Literary Journalist”, in: SIMS, Norman, **The Literary Journalist**. New York: Ballantine 1984. p. 3-25.

VALIM, Silvia. “O octógono do jornalismo literário como conceito para o gênero”, in JL. **Revista Uninter de Comunicação**, Curitiba. v. 4, n. 7, p. 29-47, dez. 2016. Disponível em: <https://www.uninter.com/revistacomunicacao/index.php/revistacomunicacao/article/view/620/pdf>. Acesso em 10 out. 2020.

ⁱ Doutorando e mestre em Letras – Estudos Literários pela Universidade Federal de Juiz de Fora. Contato: renanduarte72@hotmail.com.

ⁱⁱ Mestranda em Letras – Estudos Literários e graduada em Comunicação Social pela Universidade Federal de Juiz de Fora. Contato: nara_demelo@hotmail.com.