



Revista Piauí: além do jornalismo literário¹

Laryssa PRADO²

Cláudia Regina LAHNI³

Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, Minas Gerais

Resumo

Esse artigo tem como objetivo analisar o conteúdo da revista Piauí partindo da hipótese de que a revista vai além do jornalismo literário e constrói a realidade através da ficção usando da distopia e das “falácias”, ou seja, argumentação equívoca com aparência de verdadeira. A análise será feita a partir de um estudo de caso de duas editoriais não fixas da publicação de Maio de 2014, edição 92: o caderno *The Tourist Herald* e *Diário da Dilma*. O embasamento teórico se dá através de autores como Felipe Pena, Gustavo Castro e Alex Galeno.

Palavras-chave

Revista Piauí; jornalismo; distopia; falácias.

Introdução

Revistas têm uma destacada importância na história da sociedade e do próprio jornalismo. Desde seu início, em 1663, as revistas promoveram questionamentos, influenciaram o pensamento e a cultura do mundo moderno, estando presente em todos os momentos históricos da sociedade (ALI, 2009).

“Quatro mil títulos depois: 200 anos após o lançamento da primeira revista no Brasil, o mercado se adéqua às novas tecnologias em busca de um novo público sedento por informação e entretenimento”. Estes são o título e a linha fina da reportagem de Nelson Varón Cadenas (2012, p.35-37), publicado na *Revista Imprensa* no início de 2012. O texto afirma que a primeira revista no Brasil nasceu em 1812 e chamava *As Variedades*.

¹ Trabalho apresentado no IJ 1 – Jornalismo do XX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 19 a 21 de junho de 2015.

² Graduanda do 7º período de Comunicação Social/ Jornalismo, na Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF)-laryssaprado@live.com.

³ Orientadora do artigo. Docente de Graduação e do PPGCOM na Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF), Mestre e Doutora em Ciências da Comunicação pela ECA-USP/SP.



Idealizada pelo economista e documentarista João Moreira Salles, a Piauí foi lançada em outubro de 2006. Afiliada ao Instituto Verificador de Circulação (IVC) e à Associação Nacional dos Editores de Revista (ANER), a revista é editada pela Editora Alvinegra, impressa pela Editora Abril e distribuída pela Dinap, do Grupo Abril. Com publicações mensais, a Piauí foi pensada como uma proposta diferente no mercado editorial brasileiro, que já estava, segundo as palavras de Salles, saturado de uma imprensa que “grita, urra”. Assim, a revista

(...) pretendia preencher um nicho do mercado de revistas, ocupado principalmente por notícias factuais ou temas segmentados, como a cultura. A revista pretendia ser um espaço para reportagens, perfis, ensaios, crônicas, diários e textos ficcionais. A condição para uma matéria ser publicada era simples: uma boa história, bem narrada (OBSERVATÓRIO DA IMPRENSA, 2007).

Segundo Salles, o título “Piauí” não tem nenhum significado específico. Durante o último ano do processo de criação, foram cogitados vários nomes, mas não existia um acordo entre a equipe. Em 2007, em entrevista para o Observatório da Imprensa na TV, Salles disse: “É um nome afetivo, cheio de vogais. Eu acho a sonoridade bonita, ele é bonito também quando é escrito. É um nome pelo qual você pode se afeiçoar”.

Também referente à criação da revista, Salles (2007) afirma que não houve pesquisa sobre um nicho de mercado editorial para se decidir por lançar a Piauí, apenas uma consulta interpessoal e informal com alguns profissionais do mercado editorial sobre o possível sucesso de uma revista com as características da publicação que ele idealizava.

O reconhecimento da necessidade depende da grandeza da discrepância que existe entre o estado real (a situação atual do consumidor) e o estado desejado (a situação em que o consumidor desejaria estar). Quando a diferença alcança ou ultrapassa um determinado nível ou proporção mínima, uma necessidade é reconhecida (BLACKWELL, MINIARD e ENGEL, 2005, p.104).

Essa necessidade percebida por Salles foi o que o incentivou a criar a revista. Sem editorias permanentes (“Chegada”, “Colaboradores”, que é uma descrição dos profissionais que tiveram naquela edição seus textos publicados na revista, “Esquina” e “Despedida” são as únicas fixas), sem reunião de pauta, sem linha editorial, sem deadline, a Piauí se define como 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”, diz Salles (2007).

Quanto ao público da revista, não existe uma classificação por gênero, idade ou faixa de renda. O que os uniria seria a escolaridade, uma das maiores entre o público leitor brasileiro, com 67% deles tendo um curso superior. Deste modo, segundo Piauí, “são pessoas com capital intelectual, que já ocupam posições de liderança ou estão a caminho de um dia liderar, seja nas redações, no poder ou nas universidades”. De todo o modo, o leitor da revista pertence em sua maioria absoluta (84%) as classes AB, caracterizada pela elite econômica, não somente a elite intelectual como descrito pela Piauí. Este fato também é confirmado pelo seu valor de capa, R\$ 16,00 em Maio de 2014.

Ainda assim, a classe C entra com 16% de participação nas vendas da Piauí, confirmando o fato de que se a revista tomou para si um nicho de mercado não atendido, encontra em contrapartida um público disposto a pagar mais caro pela satisfação desta necessidade até então não satisfeita, independente da camada social a qual pertença. Outro fator de destaque no público da revista é o grande número de leitores jovens. 22% do seu número de leitores têm entre 18 e 24 anos, dado comemorado pela revista já que o mercado jornalístico tem perdido muito do seu público jovem para os meios digitais, de consumo rápido e na maior parte gratuito. Também para agradar esse público, ao final do período de vigência de cada edição, a mesma é disponibilizada no site da revista para qualquer leitor sem nenhum custo. Salles (2011) não vê nesta opção um problema, pois, acredita que a Piauí é uma revista para se ler impressa e que seus textos longos não favorecem a leitura em tela do computador.

A revista Piauí já ganhou prêmios como “Especial do Júri do 21º Prêmio Veículos de Comunicação - Editora Referência”, “Revista do Ano - Revista About”, “Destaque do Ano do Prêmio Colunistas Rio - Editora Referência” em 2007, “Melhor Jornalista de Mídia Impressa – Daniela Pinheiro - Portal e Revista Imprensa” em 2008, “Veículo Impresso do Ano - Prêmio Colunistas” e “Prêmio ABERJE 2009 - Mídia do Ano em Comunicação Empresarial Brasil” em 2009, na categoria “Revista e Prêmio Esso 2010 - Prêmio Esso de Informação Científica, Tecnológica e Ecológica” com o trabalho “Artur tem um Problema”.



A edição 92, de Maio de 2014 é o objeto de análise deste artigo. O conteúdo apresenta matérias que abordam temas como os escombros da cidade de Detroit nos Estados Unidos, inteligência e sensibilidade vegetal, o atual técnico da seleção brasileira, Luiz Felipe Scolari, as negociações entre as Farc e o governo da Colômbia, além de um guia turístico (satírico) da Copa do Mundo, e o diário da presidenta do Brasil, Dilma Rousseff. Os autores das matérias são jornalistas, sociólogos, escritores, comentaristas esportivos e críticos de arte, de nacionalidade brasileira, americana, argentina e suíça. A revista é em grande parte ilustrada por cartuns que integram a série Archist, do italiano Federico Babina, que mescla arquitetura e grandes nomes da arte moderna. A capa é o pôster de um documentário, Aquadettes, sobre um grupo de mulheres octagenárias praticantes de nado sincronizado, criado por um estúdio de arte americano, ilovedust.



Figura 01: Capa da Revista Piauí, edição 92, de Maio de 2014

2) A Piauí e o jornalismo literário

A pesquisa realizada neste artigo pode ser classificada como exploratória utilizando a abordagem de estudo de caso e análise de conteúdo. Objetivou-se aproximar-se de uma visão geral. De acordo com Laville & Dionne (1999), o estudo de caso se caracteriza



por visar à profundidade, fazendo com que o estudo não seja simplesmente uma descrição sem uma conseqüente explicação.

Espera-se que a elaboração deste artigo reafirme a importância do trabalho jornalístico através de reportagens abrangentes e ricas em conteúdo, visando não só o entretenimento do leitor, mas também que este comece a conhecer temas ignorados anteriormente e desta forma podendo opinar e criar um senso crítico sobre o assunto, assim como ressaltar o poder da entrelinhas e da intencionalidade da redação.

As matérias da Piauí contam muitas vezes com mais de sete páginas, em uma revista que segue o formato de jornais tabloides (26,5 cm x 34,8 cm), ou seja, exige uma profunda apuração sobre os temas abordados, apresentando antecedentes, desdobramentos e uma análise detalhada caso a caso, por isso a equipe não tem um limite de tempo para escrever e apurar. Salles acha que a Piauí tem características parecidas com a cidade em que é editada, o Rio de Janeiro: "Ela não se leva a sério, ela é divertida, ela não é sisuda. Não usa terno e gravata, ela quase usa bermuda". Além de pautas pouco convencionais, o tratamento dado às reportagens geralmente assemelha-se ao de uma narrativa ficcional.

Inúmeras pesquisas acadêmicas caracterizam o jornalismo da revista Piauí como literário. João Moreira Salles nunca ressaltou publicamente a escolha deste gênero, pois acredita que se trata de "um nome pomposo, que quer se aproximar da eternidade da literatura". Para ele, "o que a piauí faz é contar bem uma história". A tensão narrativa seria o fator em comum entre os textos, que não têm lead e sublead. Para Salles (2011), a reportagem é boa quando o leitor chega ao final de uma história sobre um assunto que não lhe interessava ao começar a ler. "Qualquer assunto bem narrado é um assunto interessante", avaliou. Ele também defende que ao contrário da ideia de que todos os artigos da revista são muito longos, os textos têm apenas o tamanho que precisam ter para contar determinada história – e que há um equilíbrio entre os mais longos e os menores.

Na análise feita por esse artigo à luz das sete características do jornalismo literário, ou Estrela de Sete Pontas, determinadas por Pena (2008), em seu livro "Jornalismo Literário", a Piauí não apresenta total correspondência com o estilo do Novo Jornalismo.



As três primeiras pontas da estrela estabelecida por Pena podem ser verificadas na publicação que é nosso objeto de pesquisa. Para o autor, a primeira característica do jornalismo literário seria a de que o jornalista não descarta os bons princípios do jornalismo diário como a apuração rigorosa, a observação atenta, a abordagem ética e a capacidade de se expressar claramente. A segunda característica seria o rompimento com a periodicidade e a atualidade, ultrapassando, deste modo, os limites dos acontecimentos cotidianos. E a terceira, proporcionar ao leitor uma visão mais ampla da realidade, a informação é contextualizada da forma mais abrangente possível, relacionando-a com outros fatos, comparando-a com diferentes abordagens e localizando-a em um espaço de tempo de longa duração.

A matéria sobre Luis Felipe Scolari, o Felipão, atual técnico da seleção brasileira, é um exemplo de que estas três características estão presentes na revista. Nota-se que a apuração levou o repórter a estabelecer contato com diversas fontes em níveis diferentes, a fim de obter informações novas, curiosas e contextualizar a construção do “personagem Felipão”, que está em voga na atualidade devido à Copa do Mundo no Brasil.

Já na quarta característica podemos encontrar uma divergência. A quarta ponta da estrela seria o compromisso com o cidadão. A abordagem do tema é escolhida de modo a contribuir para o bem comum, sendo parte do dever e compromisso do jornalismo para com a sociedade e nem sempre isso pode ser percebido na revista, os temas variam muito e nem todos os textos tem esse viés. No caso da edição analisada, as matérias “Amor canino” e “A solicitação de emprego”, puramente ficcionais, e “A planta inteligente”, científica, não tem esse compromisso de um serviço de informação para fazer valer a cidadania.

A quinta característica proposta por Pena e que está presente na maioria das matérias da Piauí, é o rompimento com a obrigatoriedade do lead, e assim, com a objetividade. Não se responde as questões básicas: Quem? O quê? Como? Onde? Quando? Por quê? O texto não segue a regra da pirâmide invertida.

A sexta ponta da estrela apresenta que o jornalismo literário evita personagens legitimados, as fontes oficiais. Tem-se como característica alternativa a busca por pontos de vista nunca abordados, como ouvir um cidadão comum ou fontes anônimas.



A Piauí passeia por entre as fontes de uma maneira muito sutil, mas não descarta o uso das fontes oficiais. Na matéria “Sem poesia, com afeto”, que chega a ser quase uma pequena biografia da vida do atual técnico da seleção brasileira, Luiz Felipe Scolari, o Felipão, em nenhum momento o “repórter”, Daniel Galera, fala com o personagem principal, e sim com pessoas ao seu redor, como o assistente do técnico Flávio Cunha Teixeira, o Murtosa. Já em outra matéria, “A Guerrilha na mesa”, sobre as negociações de conflitos que envolvem as Farc, muitas fontes oficiais são entrevistadas.

Por último, a última ponta, a perenidade, verificada com frequência na publicação.

Uma obra baseada nos preceitos do jornalismo literário não pode ser efêmera ou superficial. Diferentemente das reportagens do cotidiano, que, em sua maioria, caem no esquecimento no dia seguinte, o objetivo aqui é a permanência (PENA, 2006, p.8).

Apesar de ter características comuns com o jornalismo literário, (elementos como a enumeração de cenas, a descrição detalhada de ambientes e personagens e a fuga da objetividade) apresentado matérias que claramente fazem parte desse gênero, a Piauí também usa do ficcional para ir além dele, a revista não o segue fielmente, o extrapola. O que a Piauí parece propor é um compromisso diferente ao contar a história, independente de formatos e gêneros. Como afirmam Castro e Galeno (2002, p.128), “é preciso dar ao texto jornalístico a mesma atenção que à narrativa literária, deixando para os meios de comunicação eletrônicos a tarefa limitante da reprodução mecânica da realidade”. Dentro desta linha, leitores ganhariam mais do que simplesmente informações, seriam confrontados com a necessidade de pensar conhecimento, de captar as entrelinhas.

O leitor atual de jornais não mais se contenta com a superficialidade das notícias. A aproximação entre jornalismo e literatura poderá ser extremamente proveitosa e funcionar como uma saída para a crise atual em que se encontra o jornalismo. (SOUZA, Juliana L. A., LIGÓRIO, Cláudia A., pg. 150, 2011).

3) O conteúdo, as falácias e a distopia

Para recuperar a qualidade do texto jornalístico:

[...] é preciso perder o medo de usar palavras menos óbvias, fugir ao lugar-comum, costurar melhor descrições e argumentos, acrescentar



pitadas de humor, ironia e até lirismo, usar recursos como metáforas, trocadilhos e mudanças de andamento. É preciso diversificar os gêneros (CASTRO e GALENO, 2002, p.137).

O jornalismo tradicional prefere lidar com fatos já estabelecidos ao invés de teorias em desenvolvimento, não sendo rara a divulgação destas como verdades comprovadas, embora exista a todo instante o risco de essas enunciações caírem por terra. No entanto, em livros e reportagens com maior liberdade textual, é possível alcançar um maior grau de aprofundamento informacional. A revista Piauí, além de se dedicar a diversos aspectos da cultura brasileira, tem dedicado espaço a textos que abordam ciência e tecnologia, os quais, em meio a material sobre música, trabalho, política, violência, lazer e arquitetura, é instrumento em potencial até mesmo na formação de uma cultura científica.

Não precisam ter a personalidade apagada e assumir a encarnação de um chato de pensamento prosaico e escravo da manual de redação. O texto deve ter valor estético, valendo-se sempre de técnicas literárias. É possível abusar das interjeições, dos itálicos e da sucessão de pontuações. Uma exclamação, por exemplo, pode vir após uma interrogação pra expressar uma pergunta incisiva. Por que não?! (PENA, 2008, p.54)

Levando em consideração as boas histórias contadas pela revista Piauí segundo seu idealizador, antes de começar a analisar o conteúdo da publicação, carece que se definam conceitos como falácia e distopia. O uso desses dois termos se faz necessário para reforçar a ideia de que o jornalismo produzido pela revista Piauí extrapola o conceito já conhecido de jornalismo literário. Para perceber isso, trabalharemos sobre duas “matérias”: Diário da Dilma e o caderno The Tourist Herald.

No ensaio “Arte Retórica”, escrito quatro anos antes de Cristo, Aristóteles apresenta diferentes formas de argumentação, como a presença de falácias na defesa de ideias. O termo falácia deriva do verbo latino *fallere*, que significa enganar. Segundo Irving Copi, uma falácia é uma forma de raciocínio incorreto que se reveste de um teor persuasivo tal que lhe é conferida aparente correção (COPI, 1968, p. 73). Ou seja, um raciocínio errado com aparência de verdadeiro. A falácia é um argumento logicamente inconsistente, sem fundamento, inválido ou falho na tentativa de provar eficazmente o que alega. Os argumentos falaciosos podem ter validade emocional, íntima, psicológica, mas não validade lógica. É importante observar que o simples fato de alguém cometer



uma falácia não invalida toda a sua argumentação. Deve-se observar que um raciocínio pode incorrer em mais de um tipo de falácia.

Já o conceito de distopia, ou antiutopia, é o pensamento, a filosofia ou o processo discursivo baseado numa ficção cujo valor representa a antítese da utopia ou promove a vivência em uma utopia negativa. As distopias são geralmente caracterizadas pelo totalitarismo, autoritarismo, por opressivo controle de uma parcela determinada sobre a sociedade, que se mostra corruptível. A tecnologia é usada como ferramenta de controle, seja do Estado, seja de instituições ou mesmo de corporações. Distopias são frequentemente criadas como avisos ou como sátiras, mostrando as atuais convenções sociais e limites extrapolados ao máximo. Nesse aspecto, diferem fundamentalmente do conceito de utopia, pois as utopias são sistemas sociais idealizados e não têm raízes na nossa sociedade atual, figurando em outra época ou tempo ou após uma grande descontinuidade histórica.

O termo distopia foi usado pela primeira vez por Gregg Webber e John Stuart Mill num discurso ao Parlamento Britânico em 1868: "É, provavelmente, demasiado elogioso chamar-lhes utópicos; deveriam em vez disso ser chamados dis-tópicos, ou caco-tópicos. O que é comumente chamado utopia é demasiado bom para ser praticável; mas o que eles parecem defender é demasiado mau para ser praticável".

Na edição analisada de Piauí, as falácias são observadas e se justificam por aparecerem em editorias que tratam de um conteúdo ficcional e que, de alguma maneira, tem por objetivo apresentar uma crítica e alertar o leitor. Encontramos principalmente as falácias de explicação, inversão e distorção de fatos. Em o "Diário de Dilma: As flores do futuro estão nas sementes de hoje", apresenta-se uma espécie de relato diário da presidenta.

1º de Abril: Cinquenta anos do Golpe. Fiz uma visita clandestina ao Dirceu. Levei o violão, convidei o pessoal da UNE e cantamos várias do Geraldo Vandré. No final, Delúbio apareceu com o bumbo e soltou o vozeirão. Emendou Gracias a la Vida com Volver a lós 17, tudo da Mercedes. Deu vontade de decretar o Comunismo no Brasil. 2 de Abril: Estou tão emotiva. Qualquer dia choro em inauguração de supermercado. Fui ao Galeão assinar a concessão do aeroporto para a iniciativa privada – xô, privatização – e me lembrei de que os exilados voltaram por ali. Me deu uma saudade de ser oposição! No final da tarde, recebi a Magazine Luiza Trajano. Ela, foféézima, me trouxe várias pranchas de cabelo com íon negativo e revestimento de cerâmica. Mandamos uns emails para o Diogo Mainardi" (REVISTA PIAUÍ, pag. , Edição 92, Maio de 2014)



Como podemos perceber, um ghostwriter descreve o dia a dia da presidenta da República. São usadas inúmeras falácias, no sentido de que fatos que não são reais apresentam-se para convencer o leitor sobre costumes, pensamentos e decisões tomadas por Dilma Rousseff, o que leva até a questionar sua capacidade no cargo da presidência. A ironia é clara, assim como a referência satírica. As falácias são, em conceito, defeitos que enfraquecem os argumentos. Sim. Mas na revista Piauí esses defeitos tem a intenção de serem percebidos e estão indicando uma crítica. Para um leitor desavisado e descuidado, o uso da falácia pode enganar por se parecer muito com a realidade. Ou seja, neste caso as falácias não são erros, são intencionais.

Já a distopia, ou seria melhor dizer antiutopia, aparece quando coloca-se o contrário do comportamento esperado de uma presidente e subentende-se uma sociedade menosprezada, sem opinião e sem ação. Exacerba-se a sua falta de domínio e de conhecimento para dirigir um país em contrapartida ao grande poder exercido por seu governo.

Em “The Tourist Herald: Um guia padrão FIFA” essa distopia fica ainda mais perceptível. São apresentadas as principais cidades/estados/regiões que irão receber os jogos da Copa do Mundo: Rio de Janeiro, São Paulo, Belo Horizonte, Brasília, Porto Alegre e Nordeste, onde itens como História e Cultura, Divisão Geográfica, Língua Oficial, Moeda, O que visitar, Como se deslocar, Frases úteis, Onde ficar e Etiqueta Local servem de guia para o turista.

Na apresentação lê-se: “O povo ocupou as ruas para pedir novos estádios, e eles aí estão. Modernas, arejadas, eletrizantes, as novas arenas incentivam os torcedores a trabalhar com afinco para poder arcar com os novos preços dos ingressos. É a profissionalização do futebol e do torcedor. É a FIFA trabalhando pelo social”. Podemos perceber o uso de argumentos falaciosos em diversas afirmações no trecho que faz referência à recusa da maioria dos brasileiros ao sediar a Copa 2014. E essas falácias nos levam a crer na proximidade do sistema criado no texto, o sistema aparente, com um sistema distópico. Embora o que foi apresentado não seja verdade, e que esse sistema ficcional não exista, é isso o que o sistema “real” quer que as pessoas acreditem, é o seu poder autoritário sobre a sociedade.

A cidade do Rio de Janeiro é mostrada como comandada pelas dinastias Marinho e Cavendish, berço do samba e das Unidades de Polícia Pacificadora, mais conhecidas



como UPP's (“Onde há UPP, ninguém chora, não há tristeza, só amor”). É dividida entre a Zona Sul e “os outros lugares que não sabemos onde são, mas que reúnem pessoas solícitas que prestam serviços básicos”. Sobre a locomoção os táxis são os únicos lugares em que é permitida a jogatina no Brasil, “dependendo da sorte do turista, a corrida pode sair por um preço justo”. Em Onde ficar, marquises e favela da Telerj são as opções mais em conta.

Em São Paulo, como patrimônio da humanidade, “tombado pela Chevrolet na década de 60, o trânsito paulistano merece a especial consideração do forasteiro”, hospedar-se nele também parece ser uma boa opção. Sobre pontos característicos apresenta-se o Itaquerao: “o estádio é um santuário erguido para celebrar os oito anos do governo Lula, período conhecido como A Bem-Aventura. Eventualmente o Itaquerao também receberá jogos de futebol”, e o Minhocão: “área coberta construída por Paulo Maluf para abrigar crianças desabonadas (...) será transformado em hospedaria informal ao custo módico de alguns trocados para a campanha do Criança Esperança. Meia hora de passeio no Minhocão foi suficiente para reconciliar um morador de Chernobil com a zona de descontaminação onde habita. Não é recomendado para quem sofre de depressão”. Por fim, o Instituto Lula: “Se você é blogueiro progressista, não deixe de visitar. Acolhida garantida. Subsídios oficiais para quem estiver cobrindo a Copa sob uma perspectiva bolivariana e cidadã”.



Nessas pequenas citações é possível perceber o uso de diversas falácias e a indicação da existência de um sistema controlador que segue a literatura distópica. A distopia apresentada em Piauí tem pouco a ver com perspectivas sobre o futuro, se adéqua melhor no sentido de representar uma oposição à utopia, está totalmente engendrada em uma crítica social, onde os problemas apresentados atualmente na sociedade são ampliados para mostrar as simpatias políticas e a opinião do autor. Também explora a estupidez coletiva da sociedade que compõe essa realidade. O poder criticado é mantido por uma elite, mediante a somatização e conseqüente alívio de certas carências e privações do indivíduo, existe um discurso pessimista, que raramente ou nunca "flerta" com a esperança. A violência é banalizada e generalizada, assim como a corrupção. E essas são características próprias de uma literatura distópica.

O que a Piauí parece criar é um sistema pré-colapso, pré-distópico. Os problemas apresentados seriam as futuras causas de uma mudança drástica no sistema. “Se estamos assim, onde iremos parar?”, parece ser a pergunta feita pela revista. Aí vem a crítica à sociedade vigente, novamente, às prioridades do governo e da atitude dos seus cidadãos.

Conclusão

O jornalismo literário tem por objetivo a permanência, propõe-se a influenciar o imaginário coletivo e individual em diferentes contextos históricos por gerações, e essa singularidade, em contrapartida ao hard news, é perceptível nas publicações da Revista Piauí. Inúmeras pesquisas já foram feitas no meio acadêmico a fim de analisar e comprovar a aproximação do jornalismo da revista com o New Journalism e essa aproximação já foi sim comprovada, comparando a Piauí a uma publicação famosa na história do Brasil, a revista “Realidade”. Entretanto, como afirma Moreira Salles, idealizador e dono da publicação que aqui é objeto de análise, a Piauí não tem o objetivo de se parecer com qualquer outra publicação já existente, ele também não a define dentro da categoria de jornalismo literário.

Esse artigo vem em parte comprovar que Moreira Salles está certo. Apesar de ter características do jornalismo literário, elas só se verificam devido ao compromisso com “uma boa história a ser contada”, já que toda notícia dentro do jornalismo tem todo um universo de acontecimentos que a cerca. A Piauí não cumpre todos os preceitos do new journalism idealizado por autores como Tom Wolf e Gay Talese e sob o qual Pena



estabelece a estrela de sete pontas. Além de que, como é nosso principal foco aqui, esse tipo de escrita não se verifica em todas as matérias. Em algumas publicações da revista, extrapola-se o limite entre jornalismo, jornalismo literário e ficção. As editoriais analisadas são o exemplo de que em alguns momentos a revista não fala a “verdade”, mas as falácias usadas, que ao contrário da teoria, não são aqui erros de argumentação, levam a um contexto real. Através da mentira, verdades são ditas. Apesar de não ter a premência da notícia urgente, a revista não é apolítica, ela toma posições e mostra essas posições nas entrelinhas.

Concluimos assim que o leitor da revista Piauí deve estar atento à grande gama de gêneros oferecidos dentro das publicações. E que o jornalismo literário se faz sim presente nas matérias, mas não em todas, e que não se pode generalizar as publicações da revista como parte desse gênero.

Referências bibliográficas

ALI, Fátima. A Arte de Editar Revistas. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 2009.

BLACKWELL, Roger; MINIARD, Paul; ENGEL, James. Comportamento do Consumidor. São Paulo: Pioneira Thomson, 2005.

CADENAS, Nelson Varón. Quatro mil títulos depois. In: REVISTA IMPRENSA. Ano 25. Edição n.275. São Paulo: Imprensa Editorial, janeiro e fevereiro de 2012.

CASTRO, Gustavo; GALENO, Alex. Jornalismo e Literatura: a sedução da palavra. São Paulo: Escrituras Editora, 2002

COPI, Irving. Introdução à Lógica. São Paulo: Ed. Mestre Jou, 1968.

DINIZ, Lília. Observatório da Imprensa On-line. E-notícias. Piauí: uma revista sem gravata. 2007. Disponível em:
<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/piaui_uma_revista_sem_gravata> Acesso em: 10 jun. 2014.

LAVILLE, Christian; DIONNE, Jean. A Construção do Saber: manual de metodologia da pesquisa em Ciências Humanas. Porto Alegre: Artmed: 1999.



PENA, Felipe. O jornalismo literário como gênero e conceito. Niterói: Universidade Federal Fluminense, 2006.

PENA, Felipe. Jornalismo Literário. São Paulo: Contexto, 2008.

_____. O jornalismo literário como gênero e conceito. Niterói: Universidade Federal Fluminense, 2006.

SOUZA, Juliana L.A., LIGÓRIO, Cláudia A., Jornalismo literário: O ritual da revista Piauí. Revista Brasileira de Ensino de Jornalismo. Ponta Grossa, v.1, n.9, p. 143-172, jan. a jun. 2012.

WOJCIEKOWSKI, Maurício M., Utopia/Distopia e Discurso Tólitário: uma análise comparativo discursiva entre Admirável Mundo Novo, de Huxley, e a República de Platão. Porto Alegre, 2009.