



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ (UFC)
INSTITUTO DE CULTURA E ARTE (ICA)
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL**

CARLOS HENRIQUE PINTO ARAÚJO

Jornalismo de *Esquina*: humor nas reportagens de *piauí*

FORTALEZA

2013

CARLOS HENRIQUE PINTO ARAÚJO

JORNALISMO DE *ESQUINA*: HUMOR NAS REPORTAGENS DE *PIAUI*

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Curso de Comunicação Social da Universidade Federal do Ceará como requisito para a obtenção do grau Bacharel em Comunicação Social, habilitação em Jornalismo.

Orientador: Prof. Me. Luis Celestino de França Jr.

FORTALEZA

2013

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação
Universidade Federal do Ceará
Biblioteca Universitária
Gerada automaticamente pelo módulo Catalog, mediante os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

A1j ARAUJO, CARLOS HENRIQUE.
JORNALISMO DE ESQUINA: HUMOR NAS REPORTAGENS DE PIAUÍ / CARLOS
HENRIQUE ARAUJO. – 2013.
84 f.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) – Universidade Federal do Ceará, Instituto de
Cultura e Arte, Curso de Comunicação Social (Jornalismo), Fortaleza, 2013.
Orientação: Prof. Dr. Luis Celestino de França Jr. .

1. Jornalismo. 2. Narrativa. 3. Humor. 4. Notícia. 5. Literatura. I. Título.

CDD 070.4

CARLOS HENRIQUE PINTO ARAÚJO

JORNALISMO DE *ESQUINA*: HUMOR NAS REPORTAGENS DE *PIAUÍ*

Trabalho de conclusão de curso
apresentado ao Curso de Comunicação
Social da Universidade Federal do Ceará
como requisito para a obtenção do grau
Bacharel em Comunicação Social,
habilitação em Jornalismo.

Aprovada em: 12/03/2013

BANCA EXAMINADORA

Prof. Me. Luis Celestino de França Jr. (orientador)
Universidade Federal do Ceará

Prof^a Me. Naiana Rodrigues (membro)
Universidade Federal do Ceará

Prof. Me. José Anderson Sandes (membro)
Universidade Federal do Ceará

FORTALEZA
2013

AGRADECIMENTOS

Por escassez de uma matéria primordial, o tempo, vou agradecendo no caminho:

À moça, sempre.

Ao Celestino, que nunca duvidou do caráter “suicida” desta empreitada; tampouco desencorajou-me. Obrigado pela força e pelas ideias esboçadas para projetos futuros.

Obrigado mesmo, cara.

Ao Bernardo Esteves, editor de *Esquina*, pela presteza nas respostas.

À Tânia Alves, à Raquel e ao Tiago: pela força, pelo exemplo e pelos pacotes de bolacha.

À turma da gloriosa magazine *Aerolândia*. Pra vocês, um S2 do tamanho da BR-116.

A todo mundo que expressou, ainda que de maneira sutil, total ou parcial descrença na execução desta aventura monográfica. Vocês não fazem idéia do quanto foram essenciais.

“Não tem ninguém sério.”

(Francis Santiago)

“O que falta à vida é profissionalismo.”

(Mago da Maraponga)

“Tem que ver isso aí direito...”

(Deusimar de Deus)

RESUMO

Este trabalho analisa os modos como o humor e o sério articulam-se no jornalismo impresso. Analisamos 35 reportagens publicadas na seção *Esquina*, da revista *piauí*. Foram utilizadas cinco edições de aniversário da publicação, cujo número inicial é de outubro de 2006. Empregamos o conceito de riso formulado por Propp. Verificamos os procedimentos utilizados pelos autores das reportagens na tentativa de hibridizar, nas narrativas, as formas de expressão do humor e do grave. Consideramos, no decorrer da análise, os conceitos de notícia, a partir do qual os jornais operam, e verificamos em que medida as reportagens da seção *Esquina* se aproximam e se afastam dos critérios de noticiabilidade assinalados nos manuais de jornalismo. Por fim, esboçamos um princípio de catalogação dessas reportagens para compreender como são apresentados os temas.

Palavras-chave: jornalismo; narrativa; humor; notícia; literatura.

ABSTRACT

This work analyzes the ways in which humor and seriousness are articulated in print journalism. We analyzed 35 articles published in the Esquina section of the piauí magazine. Five anniversary editions of the publication were used, starting in October 2006. We used the concept of laughter formulated by Propp. We verified the procedures used by the authors of the reports in an attempt to hybridize, in the narratives, the forms of expression of humor and the grave. During the analysis, we considered the concepts of news, from which newspapers operate, and we verified to what extent the reports in the Esquina section approach and depart from the newsworthiness criteria indicated in journalism manuals. Finally, we outline a principle for cataloging these reports to understand how the themes are presented.

Keywords: journalism; narrative; humor; news; literature.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	10
2. PIAUÍ: NA ESQUINA DE DUAS TRADIÇÕES.....	11
2.1 Jornalismo e a “piada infinita”.....	18
2.2 Entre o riso e o grave.....	21
2.3 O “bonde” do jornalismo narrativo.....	23
2.4 Muito além da solenidade do pinguim.....	26
2.5 A graça começa na porta: as capas de <i>piauí</i>	33
2.6 À procura do equilíbrio.....	35
3. A RAZÃO DAS VOGAIS.....	37
3.1 Apresentação da <i>piauí</i>	41
3.2 Apresentação da seção <i>Esquina</i>	43
4. NÃO HÁ NOTÍCIAS NA <i>ESQUINA</i>.....	44
4.1 Os casos de <i>Esquina</i> : uma proposta de classificação.....	45
4.2 Na esquina do jornalismo.....	47
4.3 Sobre topetes, arquivos e técnicas para aumentar a estatura.....	49
4.4 Um acontecimento a-noticioso.....	59
4.5 A objetividade como vedete, a imparcialidade como fetiche, a isenção como chave- mestra: três aspectos da notícia.....	61
4.6 Faz de conta que é um conto.....	63
5. CONCLUSÃO.....	65
REFERÊNCIAS.....	68
ANEXOS.....	69

1. INTRODUÇÃO

Usando ferramentas e metodologia específicas, o jornalismo pretende reportar a realidade de maneira a mais fidedigna possível. Para tanto, o jornalismo manobra conceitos como verdade, objetividade, clareza, imparcialidade e isenção. O humor não é um deles. Categoria que, segundo Propp, desconcerta os discursos, o humor não encontra guarida na tradição do texto jornalístico senão em espaços cuja razão de ser é exatamente a de abrigá-lo, delimitando-o do restante do conteúdo de uma publicação. É um procedimento que visa, sobretudo, a diferenciar o que é sério do que é cômico. Tirante as charges, piadas e demais seções específicas do jornalismo diário, o humor pouco tem a ver com a manufatura massiva do jornalismo, atividade que se reveste quase sempre de solenidade e gravidade. No presente trabalho, a partir do estudo de caso da seção *Esquina*, da revista *piuí*, analisamos possíveis pontos de contato entre as linguagens do humor e do jornalismo.

A proposta editorial de *piuí* conjuga os dois hemisférios: o da seriedade, representado pela prática jornalística, seu papel social e toda a sua tradição e carga histórica; e o do humor, materializado em textos vazados de sátira, ironia e outros recursos vedados aos jornalistas no trato rotineiro com a notícia. Nela, lêem-se grandes reportagens e perfis, resultado de processo de apuração mais demorado, mas também narrativas breves cuja escritura difere das primeiras principalmente no estilo e na presença do humor.

De modo geral, porém, *piuí* apresenta-se, da capa à seção de cartas, passando por alguns editoriais de aniversários, como uma revista que estabelece relação mais estreita com a linguagem do humor.

A esse propósito, a primeira pergunta que orienta nossa análise é se de fato há possibilidade de articulação entre o humor e o texto jornalístico, tendo como objeto as narrativas publicadas na seção *Esquina*. Se há, de que maneira o humor se coaduna às demandas do jornalismo. Nesse ponto, levantamos a hipótese de que *piuí* hibridize duas tradições: a da grande reportagem, na qual se destacou *Realidade*; e a do humor, marcada pela trajetória incendiária d'*O Pasquim*. O espaço de hibridismo dessas duas experiências seria principalmente a seção *Esquina*.

Ainda no capítulo de abertura, refletimos sobre a recusa, por *piuí*, do estatuto do literário, preferindo apresentar-se como uma revista de jornalismo narrativo. Discutimos o conceito e sugerimos que talvez constitua redundância, visto que o exercício

da narração é um pressuposto do jornalismo. A recusa do literário, por outro lado, permite-nos concentrar as atenções nos recursos expressivos do próprio jornalismo. Compreendida como algo além da mera peça retórica, a rejeição do literário como marca predominante nas reportagens da revista atenta para o papel fundamental da narração no fazer jornalístico.

Dito de forma mais clara: hoje, o debate sobre a importância da narrativa na escritura jornalística parece mais proveitoso do que argüir, pela milésima vez, o que há de literário no texto jornalístico.

Em seguida, no capítulo subsequente, historiamos rapidamente o surgimento do jornalismo em revista, suas peculiaridades e demandas específicas. E, no bojo dessa revisão, apresentamos a revista *piauí* e a seção *Esquina*.

Finalmente, no último capítulo, analisamos, caso a caso, os relatos das “esquinas” publicadas em cinco edições de aniversário. Buscamos, nesse trabalho, identificar os procedimentos a que recorrem os autores das reportagens na tentativa de hibridizar as expressões do humor e do sério na mesma narrativa. Também nesse capítulo, propomos uma categorização, pouco rigorosa, é fato, para abarcar o universo temático das “esquinas”.

2. PIAUÍ: NA ESQUINA DE DUAS TRADIÇÕES

Outubro de 2006. Antecedida por algum burburinho nos círculos acadêmicos dos cursos de humanidades, sobretudo os de Jornalismo, uma nova revista chega às bancas do país. Exposta ao lado de edições de *Veja*, *Carta Capital*, *Bravo!*, *Caros Amigos*, *Playboy* etc., o primeiro impacto de *piauí* é visual: à distância, a publicação surge inesperadamente grande. Com um primeiro agravante: exhibe um pingüim de geladeira na capa. E um segundo: de aparência amistosa, incapaz de mover-se dali empurrado por qualquer pretensão beligerante, o animalzinho usa uma boina verde-oliva *a la* Che Guevara, o médico revolucionário que atravessara continentes impulsionado por um ideal.

A reação natural à revista foi um risinho de canto de boca. Em casa, lida com bastante vagar, logo viriam as gargalhadas, que se sucediam à medida que a novidade ia sendo folheada. Havia ousadia, qualidade textual, valorização da narrativa, largo espaço para o desenvolvimento dos assuntos e, o que sobressaía explicitamente, responsável pela

tônica da revista nos próximos números, a aposta no humor. A cada reportagem, acumulavam-se os indícios de que *piauí* era resultado do investimento deliberado nesse tipo de linguagem, algo pouco usual na imprensa de então, cujos veículos de maior destaque primavam pela seriedade, que nem sempre se traduzia em criatividade nem em garantia de qualidade.

Esse não era o caso de *piauí*, que, já naquele primeiro número, e mesmo antes dele, em um edição piloto lançada em setembro, assumia-se abertamente cômica e séria, leve e grave, inclinando-se entre esses dois paradigmas, seja numa mesma reportagem, como nos três breves casos de que trataremos logo adiante, a pretexto de introduzirmos antecipadamente o objeto de estudo deste trabalho; seja de maneira separada, com textos de natureza distintas situados lado a lado.

Passados sete anos e 77 números da revista, arriscamos algumas hipóteses com o intuito de procurar entender por que, em um curto intervalo de tempo, *piauí* se converteu no xodó de muitos leitores, não apenas no campo acadêmico, o que parecia mais natural, já que grande parte do seu público é formado por pessoas que detêm elevados níveis de escolaridade e renda. Segundo consulta feita por Valentini (2011), 67% dos leitores de *piauí* têm nível superior completo e 23%, pós-graduação (VALENTINI, 2011, p. 40).

De acordo com os mesmos dados, em relação aos ganhos salariais, 84% desse contingente encontra-se nas classes A e B. Todavia, Valentini pondera que, “de certa forma, isso demonstra que os leitores [de *piauí*] “não se definem por gênero, idade ou faixa de renda. O denominador comum seria, então, a escolaridade” (VALENTINI, 2011, p. 39).

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. Quanto mais a educação se universalizar no Brasil, mais leitores terá a *piauí*. (ARQUIVO ELETRÔNICO, 2010¹, apud VALENTINI, 2011, p.39).

Voltando às hipóteses. A primeira é que a revista se propunha a investir em um universo inusitado, do qual a escolha por um pingüim de geladeira para ilustrar a capa de sua edição inaugural constituía apenas uma espécie de cartão de visitas. O inusitado,

¹Disponível no link abaixo:
http://revistapiaui.estadao.com.br/assets/media/geral/apresentao_revista_piau_abril2011_site_atual_consolidado2010.pdf. Acesso em 20 de junho de 2010.

bem entendido, diz respeito não somente às ilustrações da capa, mas à escolha das pautas, ao tratamento dos assuntos, ao formato da revista (26,5 cm x 34,8 cm) - grande em relação ao das demais publicações, que obedecem às dimensões do A4 (21 cm x 29,7 cm) -, à escolha dos colaboradores, à apresentação e disposição de parte do conteúdo publicitário e a outros aspectos que serão referidos no capítulo seguinte.

A segunda hipótese é que, ao menos para a minha geração, persistia certo vínculo afetivo, misto de admiração e nostalgia, em relação aos anos em que circularam jornais da imprensa alternativa ou “nanica”, com destaque para *O Pasquim*. Na segunda metade da primeira década do novo século, ainda éramos - alguns mais, outros menos - órfãos do jornalzinho carioca, que transformara a história da imprensa no Brasil desafiando os militares durante o regime de exceção, e de publicações como a *Realidade*, revista que marcara época ao se dedicar às grandes reportagens.

Àquela altura, transcorridas quase quatro décadas do surgimento d’*O Pasquim*, em 1969, o nanico debochado representava, para muitos estudantes, a “fina flor” de tudo que fora produzido na interseção entre jornalismo e humor, política e sátira, grave e riso. Era fácil entender por quê. O linguajar do cotidiano era índice mais visível de uma crítica feroz que, para os militares, passava travestida de amenidade. No entanto, ao elevar o deboche a elemento central nas páginas da revista, *O Pasquim* aniquilava toda a solenidade que requeriam certos temas, como o papel da mulher na sociedade brasileira. Dessacralizando assuntos, criava as brechas para o debate, abrindo fissuras no clima pesaroso que se abatera no país com chegada dos fardados ao poder.

Conforme nos assegura Kucinski,

O *Pasquim* propagou, a partir daquela compacta zona intelectual-boêmia do Rio, uma contracultura, alternativa tanto à cultura da ordem estabelecida como à cultura oficial da esquerda. Uma contracultura sintetizada no conceito do ‘anti-carecismo, do repúdio ao conformismo, a tudo que fosse conservador, repressor e inautêntico, no sentido mais uma vez sartreano’, segundo Luis Carlos Maciel. (KUCINSKI, 1991, p.155)

Para Castro (1999, p.280), *O Pasquim* “sobreviveu àquele período inicial [o autor refere-se à censura da fase mais empedernida da ditadura militar] porque era diferente do que todo mundo esperava”.

Os militares, que não tolerariam uma oposição explícita, custaram a perceber que o deboche do jornal na área de costumes e da cultura o tornava ainda mais subversivo. (...) Era uma esquerda de humoristas, tipo Ipanema, que eles ainda não levavam a sério. (CASTRO, 1999, p.280)

Realidade, em outra margem do espectro, era sinônimo de apuração demorada, autoralidade e esforço jornalístico pouco comuns na imprensa brasileira de então. Obviamente, havia o trato narrativo às reportagens, que, de tão bem escritas, ganhavam ares de ficção, o que resultava em reações diversas: uma da academia, que via aquele jornalismo com desconfiança; outra dos leitores, que acorriam às bancas para garantir seu exemplar de *Realidade*.

Segundo o jornalista José Carlos Marão (2010), na primeira etapa da era de ouro da revista, que foi de fins de 1965 até 1968, houve um incremento significativo nas vendas de bancas, passando de 250 mil a 450 mil após quatro meses após o lançamento. Para Marão, a criatividade podia explicar o sucesso da revista. Estimulada na escolha das pautas, mas, sobretudo, na redação final das matérias, que obedeciam a um ritual de apuração rigorosa durante semanas ou meses, a depender da pauta, também se refletia na parte gráfica da publicação.

Na hora de escrever, algumas liberdades, que não deturpavam os fatos, podiam ser tomadas. Por exemplo, montar o texto em estilo narrativo. Era o uso do caso particular para mostrar geral. Esses recursos de texto eram usados para prender a atenção do leitor em assuntos que, se tratados de forma tradicional, seriam aborrecidos: a leitura seria abandonada pela metade. (MARÃO, 2010, p.31)

Semelhantemente ao que ocorre em *piauí*, *Realidade* preferia as personagens anônimas às celebridades, de quem tratavam apenas quando pudessem angular a matéria a partir de um foco diferente. Novamente, a intenção é contar histórias. Ainda de acordo com Marão (2010, p.31), os personagens de *Realidade* “eram gente comum, nos quais o leitor podia se projetar”.

A pauta de *Realidade* trabalhou muito pouco com celebridades. (...) Não se fazia reportagem sobre Roberto Carlos, mas uma matéria completa sobre a tendência musical do iê-iê-iê, que é como chamavam as músicas brasileiras da jovem-guarda, influenciadas pelo *rock*. Esse estilo deu muita discussão e dá até hoje. Para muitos acadêmicos, era o *New Journalism* sendo praticado no Brasil, inspirado em Truman Capote, autor da moda da época. Para outros, era apenas ficção. (MARÃO, 2010, p. 31)

Ora, naquele começo de década do século XXI, nem o humor inteligente, nem o trabalho exaustivo e prolongado, pressuposto indispensável da grande reportagem, podiam ser vistos com tanta frequência nas revistas e jornais. Por essa razão, reviver, por meio de trabalhos acadêmicos, a experiência d’*O Pasquim* e de *Realidade* era e ainda é uma prática comum em congressos e seminários de graduação e pós-graduação por

universidades e faculdades Brasil afora. O número assombroso de monografias, dissertações e teses apresentadas anualmente sobre as duas publicações sugere algo além do mero interesse científico de estudantes de graduação, mestrandos e doutorandos: faltava, no mercado nacional, uma revista - de porte e ambição similares aos desses grandes projetos editoriais -, cuja proposta fosse desdobramento das experiências realizadas no passado – se conseguisse unir humor e seriedade, melhor ainda.

Juntos, *O Pasquim* e *Realidade* dividiam um altar imaginário das grandes experiências no jornalismo tupiniquim. Nada mais natural que, decorrido tanto tempo, ambos permanecessem, ainda que por motivos diferentes, na memória coletiva dos estudantes: o “nanico”, por seu humor ferino, entrevistas desconcertantes, charges de inteligência aguda, tiradas sensacionais e uma verdadeira arejada no vocabulário da imprensa. A revista, por suas reportagens vigorosas e investigação das mazelas da sociedade brasileira.

Sintomático era que as duas esferas – humor e jornalismo – frequentassem lugares distintos de jornais e revistas e tivessem encontrado recepção preferencial em veículos editorialmente díspares. No primeiro, prevaleciam a anarquia, a pilhéria e o humor, tônica de trabalhos de uma patota formada por gênios como Millôr Fernandes, Henfil, Jaguar e Ziraldo, que, por sua natureza transgressora, provocavam reações, nos mandatários do regime militar e no público leitor, que iam além da simples exasperação e deleite, não se esgotando na piada.

N’*O Pasquim*, a veia cômica era controversa mensageira de cutucadas criptografadas com ironia, que se expressava nas charges, mas também nas entrevistas e cartuns. Em *Realidade*, o jornalismo encontrava uma de suas formas mais nobres e fundamentais: a reportagem, categoria cuja conceituação, nos inúmeros manuais teóricos consultados para este trabalho, dificilmente tangencia o humor. De fato, raras serão as publicações que se dediquem ao humor e à seriedade.

Esse panorama de orfandade dos icônicos *Realidade* e *O Pasquim* foi em parte atenuado com a chegada de *piuí*. Para facilitar a compreensão do que vem a seguir, propomos duas categorias, que devem ser entendidas como contraditórias, mas não como mutuamente excludentes. São elas o humor, ao qual vinculamos uma tradição largamente explorada por *O Pasquim*, brevemente explicitada nos parágrafos acima, cujo subproduto imediato é a ironia, o deboche, a pilhéria e o sarcasmo; e a gravidade, aqui também denominada de seriedade, a que relacionamos a revista *Realidade* por considerá-la

expoente na prática da reportagem. Por fim, enxergamos, nas duas experiências, não uma polaridade irreversível, mas dois pontos que, salvo exceções, ainda que não sejam contemplados simultaneamente na imprensa nacional, integram o mesmo conjunto de recursos expressivos disponíveis à elaboração de uma narrativa, seja ela jornalística ou não.

Estabelecemos, então, a hipótese de que *piauí* funcione como um tipo de síntese, intencional ou não, das duas categorias, operando em uma zona de convergência entre o humor e a gravidade, a graça e a seriedade, imbricando conceitos aparentemente contraditórios e obtendo do livre trânsito nessa área de habitação compartilhada o máximo que cada uma delas é capaz de ofertar: o humor anárquico e o rigor jornalístico, o riso e a reflexão. De maneira que, é possível supor, *piauí* flerta, a um só tempo, com certa tradição mais transgressora, cujo estandarte é *O Pasquim*, e outra mais séria, representada por *Realidade*, cujo carro-chefe é a grande reportagem.

É dessa embocadura de formas de expressão que emerge uma construção narrativa que advoga tanto a informalidade quanto a formalidade, o desprendimento e o pleno domínio técnico, o inusitado e o banal, a fama e o anonimato, dedicando-se a fatos e assuntos diversos que comprovam não apenas que a opção por esse viés híbrido constitui a viga-mestra da revista, mas que esta foi um norte editorial antes mesmo de sua criação, servindo-lhe de baliza e esteio, apontando caminhos e inaugurando uma vertente pouco usual no empreendimento jornalístico local.

Qual seja: uma trilha dual; híbrida, como dito acima; marcadamente transitiva, a meia distância de dois polos opostos, equilibrada entre formas de discurso que implicam leituras diferentes: o humor e o grave estabelecidos como regiões-limite para a prática da reportagem, como ferramentas que denotam sentidos diferentes.

Afinal, conforme assinala Valentini (2011), parte significativa dos colaboradores e repórteres de *piauí* já atuava nos veículos de mídia impressa nacionais antes de integrarem a equipe da revista. Eram, por assim dizer, figuras expressivas que, uma vez em *piauí*, passaram a ladar com profissionais mais jovens. De antemão, portanto, possuíam um lastro cultural e profissional de há muito sedimentado e possuíam trajetórias reconhecidas, caso dos jornalistas Luiz Maklouf Carvalho, Dorrit Harazim, Mario Sergio Conti e Marcos Sá Corrêa, cujas reportagens haviam sido publicadas em jornais como *Folha de S. Paulo* e revistas como *Veja*.

Destacamos esse fato em vista do que ele apresenta como iluminação de uma

proposta, apontando para algo que Valentini interpreta como resultado imediato da postura editorial da revista. Desse modo, sugere a pesquisadora, é apenas quando iniciam a colaboração para *piauí* que esse viés claramente híbrido se torna marca característica de alguns textos, que, se não assumem a partir daí uma natureza simultaneamente jocosa e séria, apelando para a linguagem que orbita o grave e o humor, passam a compor uma “paisagem” marcada por essa dualidade, cuja alternância entre o grave e o engraçado é parte fundamental do todo.

É possível estendermos essa compreensão para o restante do conteúdo editorial e até mesmo publicitário de *piauí*? Trata-se, como parece ser o caso, de deliberada escolha editorial, que irá influir não apenas na natureza das pautas, mas na maneira como as narrativas serão deitadas no papel. A pretexto de contar boas histórias, as reportagens de *piauí* resvalarão no humor; ao tratar de temas potencialmente cômicos, não prescindirão de uma fleuma e certo distanciamento, o que, nas palavras de Moreira Salles, aproximam a revista de uma tradição mais inglesa que norte-americana. Frequentemente, *piauí* é denominada de a *The New Yorker* brasileira. Para o idealizador, entretanto, se a revista é afluente de algum rio mais caudaloso, seria, nesse caso, do típico humor inglês.

Ao tratarmos da polaridade entre o grave e o humor, porém, não estabeleceremos qualquer juízo de valor acerca das duas categorias, não enxergando na gravidade da reportagem um ranço de manifesto azedume ou sisudez ou de qualquer outra natureza. Igualmente, afastamos, de antemão, a possibilidade de que o humor, mesmo em tese, engrandeça de alguma maneira o texto jornalístico, a pretexto de torná-lo mais palatável ou atraente a seus leitores.

A intenção deste trabalho é, prioritariamente, entender de que maneiras o humor e o grave se articulam em *piauí* e, mais especificamente, na seção *Esquina*. Para tanto, percorremos os muitos espaços da revista, mapeando as expressões do humor, comparando-as ao grave e situando-as no contexto da publicação. As expressões dividem o mesmo lugar? Ocupam páginas próximas ou encontram-se separadas graficamente ou por editorias? Apela a recursos diferentes que as tornem facilmente identificáveis ou há uma diluição do humor e do grave ao longo das páginas, criando-se, assim, uma espécie de suspensão no trânsito entre as duas categorias, que sucederiam uma à outra do início ao fim?

2.1 Jornalismo e a “piada infinita”

Aceita a distinção formulada por Vladimir Propp entre riso de zombaria e outros tipos de riso menos recorrentes nos eventos de interação social; aceito também o entendimento de que apenas o riso de zombaria, conforme o teórico, está na base da expressão cômica e da sátira, sendo estas as principais manifestações percebidas nas páginas da revista *piauí*, empregamos como sinonímicas, num movimento de simplificação e redução das categorias, as expressões do humor e do riso, que, por sua vez, encontram no par ordenado grave/sério seu oposto. Para Propp, porém, riso e humor são categorias distintas, estando o humor relacionado ao contexto cômico e o riso à consequência da comicidade em si. Nem sempre o riso advém de algo cômico, ou seja, a expressão de zombaria não obrigatoriamente redundando no riso. Em *Comicidade e riso*, Propp assinala:

Entre todos os possíveis aspectos do riso, nós escolheremos apenas um, para começar, e este será o riso de zombaria. Justamente este e, conforme foi visto, apenas este aspecto do riso está permanentemente ligado à esfera do cômico. Basta notar, por exemplo, que todo o vasto campo da sátira baseia-se no riso de zombaria. E é exatamente este tipo de riso o que mais se encontra na vida (PROPP, 1992, página 28).

Em seguida, o teórico pergunta-se de que exatamente as pessoas riem. E conclui: “O riso ocorre em presença de duas grandezas: de um objeto ridículo e de um sujeito que ri – ou seja, do homem” (PROPP, 1992, p.31, apud SANTOS, 2012, p.34). De encontro à teorização de Bergson, para quem o “riso, que é sempre um riso de um grupo, ocorre quase com a precisão de uma lei da natureza: ele acontece sempre que há uma causa para isso” (BERGSON apud SANTOS, 2012, p.33), Propp contesta:

(...) o nexo entre o objeto cômico e a pessoa que ri não é obrigatório nem natural. Lá onde um ri, outro não ri. A causa disso pode residir em condições de ordem histórica, social, nacional e pessoal. Cada época e cada povo possui seu próprio e específico sentido de humor e de cômico, que às vezes é incompreensível e inacessível em outras épocas. (...) É evidente que no âmbito de cada cultura nacional diferentes camadas sociais possuirão um sentido diferente de humor e diferentes meios para expressá-lo. (PROPP, 1992, pp. 31-32, apud SANTOS, 2012, p. 33)

Subscrevendo o que registra Propp, Santos (2012, p. 34) acrescenta que, “mais que uma atitude humana individual, (...) o humor é um processo coletivo”. Para

Bergson, “para compreender o riso é preciso localizá-lo no seu meio natural que é a sociedade” (BERGSON, 1992, p. 21 apud SANTOS, 2012, p.24).

O humor está contido em diversas manifestações humanas que encontram diferentes meios para ser veiculadas (na fala, nos gestos, na palavra escrita ou impressa, nas imagens etc.) e assumem a forma de chiste, sátira ou paródia. Pode-se defini-lo, portanto, como uma narrativa que, determinada por condições sociais, culturais e históricas, gera um efeito em seu receptor, o riso. O riso, despertado por determinado recurso, pode advir da reversão de expectativa (expediente comum às anedotas), do exagero (a caricatura, que acentua traços físicos), da representação mecânica (a exemplo da pantomima), da ironia, da paródia ou da sátira. Para ser compreendido e levar ao riso, o humor precisa tratar de atitudes humanas que tenham ligação com uma sociedade, com uma cultura, com um determinado grupo social e com um tempo histórico definido. Fora dessas determinantes, ele não terá sentido. (SANTOS, 2012, pp. 34-35)

Mas quais as razões e os objetos do riso de zombaria e, conseqüentemente, do humor, da sátira e do cômico? Como visto, excetuando-se o sofrimento, Propp considera praticamente todas as esferas do comportamento humano como potencialmente risíveis.

Aqui veremos que é possível rir do homem em quase todas as suas manifestações. Exceção feita ao domínio do sofrimento, coisa que Aristóteles já havia notado. Podem ser ridículos o aspecto da pessoa, seu rosto, sua silhueta, seus movimentos. Podem ser cômicos os raciocínios em que a pessoa aparente pouco senso comum; um campo especial de escárnio é constituído pelo caráter do homem, pelo âmbito de sua vida moral, de suas aspirações, de seus desejos e de seus objetivos. Pode ser ridículo o que o homem diz, como manifestações daquelas características que não eram notadas enquanto ele permanecia calado. Em poucas palavras, tanto a vida física quanto a vida moral e intelectual do homem podem tornar-se objeto de riso. (PROPP, 1992, p.28)

Santos adverte, porém, que a mesma mensagem que gera o riso pode “ser usada para discriminar e vilipendiar os que pertencem a determinado grupo étnico ou possuam um comportamento que destoe do que é socialmente aceito (2012, p. 36)

A respeito da compreensão de humor na filosofia, sobretudo na filosofia romântica alemã, Márcio Suzuki dirá, em *O sublime às avessas*:

No humor, intenção e gesto, consciente e inconsciente, instinto e arbítrio são inseparáveis. Com isso se postulam para as criações jocosas os mesmos princípios de inteligibilidade que Kant estabelecera para a compreensão do organismo e da obra de arte. Como estes, elas não existem em função de outra coisa, não têm uma finalidade, mas são compreendidas como se tivessem uma. São finalidades sem fim. A piada ou chiste (*Witz*), diz Friedrich Schlegel, “é um fim em si, como

virtude, amor e arte”. Para os românticos, é como se uma piada fosse um organismo em miniatura, ou uma obra de arte abreviada. (Cadernos de Literatura Brasileira, Instituto Moreira Salles, nº 15, julho de 2003)

Nem obra de arte em miniatura, nem piada infinita, nem organismo abreviado. No interior de qualquer conceituação de reportagem, gênero consagrado por *Realidade e O Cruzeiro* - base do jornalismo, chegando a ser considerada como a razão de ser da atividade -, o humor, o cômico e o riso não encontram espaço algum. De modo geral, especialistas, estudiosos e acadêmicos reservam o que há de mais solene em seu vocabulário quando se põem a tratar do gênero, devotando-lhe adjetivos como nobreza, para ficarmos apenas em um exemplo. Se a dimensão da importância da reportagem pode ser aí sentida, também fica evidente a natureza refratária ao humor com que a recobrem os teóricos. Deriva dessa rigidez na conceituação de reportagem o atributo do sério, em oposição ao humor, com que trabalhamos aqui.

O sério, portanto, resulta não da sisudez, da falta de graça, do árido na reportagem, mas da baixa permeabilidade do conceito a aspectos que se apresentem com menos solenidade, como o humor. Resultada não de uma possível insuficiência técnica para abarcar os eventos sociais, mas da quase intransponível delimitação do conceito, fechado a tudo que não seja rigor, objetividade, concisão, verdade e neutralidade.

Deprendida do que afirmam Amaral, Lima e Sodré, a conceituação de reportagem, gênero de que trataremos aqui, não se permite ser interpelada pelo humor. Com a de notícia ocorre algo semelhante. Embora diverjam acerca de quais e em quantos subgêneros a reportagem está compartimentada, os pesquisadores concordam entre si no que diz respeito a alguns pressupostos embutidos no conceito, como seriedade, investigação, nobreza e o vasto repertório de técnicas expressivas ao alcance de quem a reportagem.

Amaral (2008, p.45), por exemplo, embora pouco elucidativo na apreciação do tema, informa que a reportagem, compreendida como “notícia ampliada e contada em seus aspectos mais interessantes”, “conjugua investigação, interpretação e qualidade de estilo”. Em seguida, recomenda criatividade aos jornalistas, que têm na reportagem a oportunidade de “manifestar conhecimentos e valer-se de sua cultura” (AMARAL, 2008, p.45).

A definição é pobre. Seria de grande valia se Amaral explicasse: a “qualidade de estilo” a que alude comporta a dimensão do riso e do humor ou o gênero reportagem é, por natureza, refratário a uma linguagem menos solene?

Em Sodré, dá-se o mesmo. Para o autor, as principais características da reportagem são a “predominância da forma narrativa, a humanização do relato, o texto de natureza impressionista e a objetividade dos fatos narrados” (SODRÉ, 1986, p.15). Ocorre perguntar, evidentemente, o que significa a expressão “natureza impressionista”. Impressionista quer dizer pouca profundidade? Baixa criticidade? Alta carga de subjetividade?

Sodré não responde. Vaga, a interpretação serve à especulação: a ampla margem no conceito de reportagem como “narrativa impressionista” até pode, em última instância, contemplar o humor.

Lima, por outro lado, constrói um painel mais consistente do que seria o gênero reportagem. Segundo o pesquisador, ele resulta do “esforço de abarcamento vasto da realidade”, a qual apresenta “problemas que transitam pelo conceito da causalidade múltipla para um mesmo fenômeno, com conseqüente multiplicidade de efeitos” (LIMA, 2004, p.22). Reportagem, continua Lima,

Significa também certo grau de extensão e/ou aprofundamento do relato, quando comparado à notícia, e ganha a classificação de grande-reportagem quando o aprofundamento é extensivo e intensivo. [...] Em particular, ganha esse *status* quando incorpora à narrativa elementos que possibilitam a compreensão verticalizada do tema no tempo e no espaço, ao estilo do melhor jornalismo interpretativo, sobretudo aquele praticado na imprensa norte-americana. (LIMA, 2004, p.24)

Passo, então, a referir-me a essas expressões como basilares para a execução das duas empreitadas jornalísticas d’*O Pasquim e Realidade*, as quais encerram experiências e conclusões distintas em contextos diferentes.

2.2 Entre o riso e o grave

Exemplo de encontro, na mesma narrativa, entre o sério e o cômico é a reportagem *Bom dia, meu nome é Sheila*, um dos destaques da primeira edição de *piauí*. Assinada pela escritora e tradutora Vanessa Barbara, ela explora, de maneira bem humorada, o universo de trabalho dos atendentes de telemarketing ou teleoperadores, tratando dos problemas que afetam essa categoria profissional. A matéria, como veremos, embora manipule habilmente o cômico, não se restringe nem é asfixiada por ele, abrangendo aspectos que a encaminham, no fim, a um viés de crítica social.

Para tanto, a repórter-escritora recorre a exemplos de teleoperadores,

submete-se a aulas de um curso para formar atendentes e evidencia um quadro de mazelas físicas geradas em consequência do exercício contínuo da atividade, como a perda da fala e outras doenças. Abaixo, reproduzo um longo trecho da reportagem. Nosso objetivo é dar a perceber como as categorias do cômico e do grave se entrecruzam nele:

O primeiro exercício de um curso de telemarketing é praticar o bom-dia. Há pelo menos quatro tipos de bom-dia: o tradicional, o belicoso, o sorridente e o de quem ganhou na loteria. Operadores de SAC - Serviço de Atendimento ao Cliente - costumam adotar uma saudação mais sóbria, a fim de evitar um bom-dia belicoso do outro lado da linha. Já os operadores de vendas devem usar a versão sorridente do cumprimento. Para esses, o entusiasmo é obrigatório em todas as etapas da abordagem, embora alguns especialistas argumentem que o sorriso exigido do profissional é, na verdade, um sorriso interior, e não físico. "Manter as comissuras labiais eternamente esticadas, em forma de sorriso, com certeza seria de grande prejuízo para o teleoperador e para a emissão da palavra", sustenta a fonoaudióloga Eudisia Acuña Quinteiro, autora de *O poder da voz e da fala no telemarketing*. Segundo ela, a necessidade de sorrir no telefone é uma importação equivocada de teorias de telemarketing dos Estados Unidos, país onde o *smile (cheese!)* e o *yes* são muito diferentes do nosso "sim". A articulação da palavra no Brasil corresponde a uma forma ligeiramente "bicuda" de falar, fruto da influência francesa. "É só pensar na atriz Marieta Severo", recomenda a fonoaudióloga. "Ela não tem um baita bico? E você não perde nada do que ela diz, tamanha a articulação das palavras."

Do parágrafo sublinhado, destacamos a articulação do humor e do registro jornalístico sério, alternando-se as expressões subjetivas e impressões da autora e as informações apuradas para a escrita da reportagem, de modo a provocar, nessa interação pendular, ora tendendo ao humor, ora ao grave, um efeito de surpresa e riso em quem lê. Essa capacidade de sintetizar humor e gravidade no mesmo relato, sem, entretanto, sacrificar o rigor da informação, base do jornalismo, é uma das principais características da revista, presente em todas as edições. Nelas, é comum encontrar exemplos de articulação do humor e do grave. Trata-se de um exercício rotineiro e há mesmo uma seção, a *Esquina*, destinada a pequenas reportagens que celebram esse hibridismo de expressões.

No mesmo número, de outubro de 2006, o documentarista e idealizador de *piauí*, João Moreira Salles, acompanha, em texto publicado em *Esquina*, a rotina do deputado cassado Roberto Jefferson. O riso, aqui, deriva menos do fraseado anedótico encontrado na reportagem citada no parágrafo logo acima, e mais da perspicaz exposição do perfil de Jefferson; e o grave, na mesma narrativa, emana da precisão da linguagem e de certa contenção, um riso velado do repórter, que se diverte ao perfilar o personagem, o que resta como sugestão em algumas passagens do texto. Abaixo, destacamos um trecho

igualmente comprido com a finalidade de delinear o que consideramos o hibridismo de que resulta o encontro do humor com o sério.

Poucos falam como Roberto Jefferson Monteiro Francisco, 53 anos. "Construí minha vida com fé", proclama, luxuosamente, no carro que o leva para Petrópolis no dia em que o país decidiria mandar ao segundo turno o presidente que ele ferira. Havia passado a manhã acompanhando a filha, Cristiane Brasil, candidata a deputada federal pelo PTB, que não se elegeu. Para os jornalistas que o seguiram na caminhada pelo Flamengo, serviu-se de sentenças e expressões ornamentais: "política farisaica do PT", "manifestações populares eloqüentes que me aquecem o coração", "o poder hoje já não emana do povo, mas dos concursos públicos que escolhem procuradores e policiais federais", "a campanha não terminou com um aglomerado de eleitores, mas com uma pilha de dólares". Cada construção foi avidamente registrada. Roberto Jefferson não fala - perora. Há um ano, durante as CPIs instaladas por sua causa, o país se rendeu à sua oratória. Do presidente da República ao motorista de ônibus, todos ficaram pendurados nas suas palavras.

Para encerrar esse tópico, segue o primeiro parágrafo do ensaio *Papagaio, a tradução ornitológica da nacionalidade*, de Roberto Pompeu de Toledo, também parte da edição inaugural de *piauí*:

Se os Estados Unidos ostentam a águia como símbolo, a França o galo e o Chile o condor, o Brasil tem o papagaio como tradução ornitológica da nacionalidade. À diferença desses outros países, o papagaio não figura nos escudos, nos selos, nas medalhas, ou em outros sinais pelos quais o Estado anuncia sua presença. Talvez não o tenham julgado digno de tais honrarias. Ele não é forte como a águia, não tem a autoridade do galo nem voa alto como o condor. Exibe um ar matreiro e carrega uma reputação galhofeira que não o recomendam para o papel de representar oficialmente a pátria. Apesar disso, está presente na história no Brasil em manifestações que vão da carta de Pero Vaz de Caminha ao Zé Carioca. "Terra Papagalli" foi um nome que concorreu com o de "Brasil", e até com certa vantagem, nos anos que se seguiram à Descoberta.

Os três recortes servem para exemplificar, portanto, de que maneira opera a articulação do humor e do grave nos textos de *piauí*. Percebemos, nos trechos, a passagem de um registro a outro, preservando-se o equilíbrio de tratamento, sem rupturas no tom das frases nem prevalência de uma forma sobre a outra. O humor e o grave convocados ao mesmo texto, com o mesmo propósito: narrar.

2.3 O “bonde” do jornalismo narrativo

As reportagens mencionadas são exemplo de que *piauí* surgia transgressora? Era cedo para falar em ruptura de padrões da prática jornalística, entendida por Vilas Boas

(1996) como “expressão do consenso”. Lançada na Festa Literária Internacional de Paraty (Flip) daquele ano como a “revista para quem tem um parafuso a mais”, a revista, todavia, não subvertia as compartimentalizações genéricas do jornalismo, dedicando-se a cultivar os gêneros de que este se constitui, como reportagem, notícia e entrevista.

A novidade do projeto talvez residisse no fato de amalgamar expressões em tudo contrárias, as quais não costumam visitar frequentemente os manuais de jornalismo. A revista dispunha, assim, tanto do humor, marca principal dos “nanicos” da imprensa alternativa, quanto da grande reportagem, exercida com maestria por revistas como *O Cruzeiro e Realidade*.

Longe de pretender transgredir os modelos canônicos, porém, *piauí*, já naquela edição primeira, parecia almejar a leveza e a despreensão, sem, contudo, arrogar-se um estatuto de futilidade e desimportância – na verdade, Moreira Salles chegou mesmo a reivindicar, em entrevista a um programa de televisão², que, se havia algo que definia *piauí*, era a absoluta ausência de uma utilidade imediata. Para ele, o que interessava era que o leitor encontrasse sempre algo divertido para ler. Algo divertido cujo corolário fosse ativar um prazer que se esgotasse ali, no ato da leitura, sem nenhum anseio de tornar o leitor melhor, mais sábio ou proporcionar um tipo de aprendizado utilitarista. Apenas uma história bem contada, como frisou.

Aqui, cumpre ponderar sobre o que respondeu Salles quando perguntado se *piauí* praticava “jornalismo literário” ou *New Journalism*, a saber, aquele velho conceito acerca do qual muitos pesquisadores parecem ter uma boa definição. Todavia, o que prevalece quando o assunto é o novo modo de fazer jornalismo na América dos anos 1950 e 60 é, de fato, a aplicação de recursos da literatura na prosa de não-ficção, o que redundou em romances como *A sangue frio*, de Truman Capote, e em reportagens como as reunidas no livro *Fama e Anonimato*, de Gay Talese, ambos publicados no Brasil pela Cia. Das Letras; ambos, de algum modo, resultado da ambição alimentada por muitos jornalistas da época, como Tom Wolfe e Norman Mailer, de escrever algo tão bom quanto os melhores romances de ficção, destronando, portanto, essa forma narrativa do posto de Santo Graal da literatura de então.

E o que disse Salles? Disse algo que, de lá para cá, ou não foi compreendido

² Entrevista concedida por João Moreira Salles, editor de *piauí*, ao programa *Sempre um papo*, da TV Câmara: Link: <http://www.youtube.com/watch?v=P8V5QnHALmo>

em sua inteireza ou sequer foi levado a sério, tão arraigada é a certeza, principalmente entre estudantes de graduação, de que há uma vertente no jornalismo à qual não soa piegas nem exagerado chamar “literária”.

Mas o que disse realmente Salles? Disse: “No fundo, existe bom e mau jornalismo. É uma pretensão do termo (‘jornalismo literário’), como se quisesse a permanência da literatura. Prefiro falar de jornalismo narrativo”³.

Tocava, assim, num ponto fundamental: a narrativa, que comporta um número considerável de recursos expressivos, muitos dos quais figuram também no texto literário. A um só tempo, o editor de *piauí* rejeitava o estatuto do literário, deslocando a discussão para um campo talvez menos subjetivo: o do bom e do mau jornalismo. Com isso, pedia: esqueçam essa velha lengalenga em torno da literatura. O jornalismo, por si, dispõe de recursos suficientes para tornar qualquer história interessante. Era verdade? Não arriscamos responder.

Ainda sobre a natureza diversa de *piauí*, manifesta desde a capa, passando por textos a meio caminho do riso e do grave, considera Valentini:

No atual contexto histórico, com tempo e espaço normalmente delimitados, algumas características do processo jornalístico da *piauí* podem de fato ser consideradas incongruentes, principalmente quando referentes à prática diária. Ao longo do tempo, certas técnicas tornaram-se predominantes, bem como os chamados valores-notícia. Porém, se considerarmos “tradição” como um conjunto de doutrinas, costumes, usos, ideias e valores transmitidos de geração em geração, então alguns aspectos poderiam indicar um jornalismo tradicional, como a apuração minuciosa e o repórter na rua. Em vários aspectos, a *piauí* vai na contramão do jornalismo predominante, com várias acusações de superficialidade, formas rígidas e de muitas vezes se restringir ao factual e até à espetacularização, ao invés da informação. Por outro lado, evitar tais práticas não significa ir contra o que é considerado tradicional. (VALENTINI, 2010, p. 23)

Era perceptível, assim, um duplo movimento, que aproximava a revista tanto do humor quanto da seriedade, categoria que funcionará, de agora em diante, como um contraponto às expressões do humor. O grave designará o conteúdo sério, decantado, em *piauí*, sobretudo pela grande reportagem e pelos perfis de figuras políticas.

³ Trecho da mesma entrevista concedida ao programa *Sempre um papo*, da TV Câmara.

2.4 Muito além da solenidade do pinguim

Se o primeiro impacto de *piauí* foi visual, o segundo, certamente, decorreu da mistura de temas e da variedade de forma na abordagem dos assuntos. Mais que uma ou outra reportagem específicas, surpreendia o inusitado encontro, promovido sob a égide do humor, entre quadrinhos, crítica, ensaio, perfil, diários, ficção e poesia, cartuns, cartas e ilustração. De acordo com Moreira Salles, na revista, que era bastante “anárquica”, haveria “um pouco de tudo” e nenhum assunto seria previamente descartado.

Essa liberdade na escolha de temas e pautas é uma das qualidades de *piauí*. A palavra talvez sequer seja liberdade, mas uma linha editorial, ainda que difusa, predisposta a acolher assuntos menos em voga ou, por outra via, atacar os temas da ordem do dia com uma angulação diferente. Se o personagem em destaque é Roberto Jefferson, fale-se com o pai dele. Segundo Valetini (2010),

Já pelo nome a revista causa estranhamento. Nenhuma relação com o Estado brasileiro de mesmo nome, apenas foi escolhido por possuir uma sonoridade bonita, entre outras explicações, sem um consenso. Também deve ser escrito em letras minúsculas. Diversos aspectos foram supostos e expectativas criadas. Seria a revista uma herança de publicações como a própria *Realidade* ou a americana *The New Yorker*? Seria *New Journalism* ou Jornalismo Literário? Nesta trilha de investigação seguem diversos trabalhos científicos, artigos, monografias e dissertações. (VALENTINI, 2011, p.21)

Desde o princípio, quando estampou um simpático pinguim de geladeira na capa da primeira edição, *piauí* se propôs a navegar entre esses dois polos. De lá para cá, ano após ano, vem oferecendo um cardápio de assuntos e produções que transitam entre esses paradigmas, ora pendendo para um, ora para outro, com expressiva vantagem no placar para a esfera do humor.

Como exemplo, retire-se, aleatoriamente, uma edição entre as tantas possíveis em uma pilha que reúna as 77 publicadas até agora. A de número 4, lançada em janeiro de 2007, ou, quem sabe, a 32, de maio de 2009. Ou, ainda, a 77, de fevereiro de 2013. Por virtuosa coincidência, acrescente-se a edição 68, publicado em maio do ano anterior. O breve passeio que faremos agora por esses quatro números da revista ilumina sete anos de existência da empreitada e ilustra o tipo de operação realizada na tentativa de se manter entre os campos antagônicos do humor e da seriedade.

Começemos pelo começo, com a edição de janeiro de 2007, cuja capa, assinada pelo artista francês Jean-Jacques Sempé, apresenta um grupo de crianças e

jovens em feliz baldeação na praia. De feição cartunesca, a obra dialoga com o dossiê sobre natação, que, por sua vez, não tem, ao menos em aparência, qualquer relação com o que vai na seção “portfolio-humor fortuito”, a qual se afasta mais ainda, na temática e na forma, de uma das reportagens que encerram a edição, de autoria da escritora e tradutora Vanessa Barbara. Titulada *A São Silvestre do ziriguidum*, nela são apresentadas as estratégias mais eficientes para um casal que planeje vencer a 1ª Maratona de Samba da Cidade de São Paulo.

A 1ª Maratona de Samba da Cidade de São Paulo teve início num domingo abafado de dezembro, às duas da tarde. Estava prevista para terminar dez horas depois, com o recolhimento dos corpos e o anúncio dos vencedores. Era pouco mais de meio-dia quando os primeiros concorrentes chegaram ao local - o Consulado Music, casa de shows na Zona Norte - para fazer exames de pressão arterial e assinar termos de compromisso. Dois bombeiros, William e Ricardo, foram chamados para medir os batimentos cardíacos e a respiração dos casais antes da largada. Eles também ficariam de plantão para agir em caso de síncope: "Há dez anos, as maratonas de lambada derrubavam bastante gente", relembra Ricardo. "Quando você ia ver, o pessoal estava caindo no salão."

Na mesma revista, é impossível não reparar no quão hemisfericamente distantes estão essas produções e o perfil da socialite Lily Marinho; o relato da disputa da Travessia dos Fortes, prova de natação tradicional, realizada no Rio de Janeiro, da qual havia participado o escritor Daniel Galera; o necrológio do inventor da caixinha de CDs, escrito pelo ator e humorista norte-americano Steve Martin; o artigo *Hegemonia às avessas*, de Francisco de Oliveira, sociólogo e professor da Universidade de São Paulo (USP), que se detém sobre a natureza ambivalente da luta de classes no primeiro mandato do ex-presidente Lula, aventando hipóteses para a vitória deste contra o paulista Geraldo Alckmin, do partido adversário, no segundo turno das eleições; e a história de um personagem anônimo, denominado pela revista de o “achador-geral da República”: ao longo do perfil do procurador Luiz Cláudio Pereira Leivas, assinado pelo jornalista Marcos Sá Corrêa, lê-se sobre as desventuras de um tipo especial de operário da burocracia, cujo gabinete “é amplo e desarrumado como o Brasil”, na tentativa de recuperar o patrimônio esquecido do espólio estatal (trechos de ferrovias, vastas extensões de terras etc.).

Redigido pela jornalista e escritora Danuza Leão, *Diamante nacional refinado* conta como Lily “descobre, viúva e na quadra dos 80, que sua ligação com o Estado do Tocantins é tão forte quanto os seus laços com a Bretanha e com Paris”.

Lily Monique Lemb - já ouviu falar? Provavelmente não. Se algum dia na vida ela tivesse tido uma carteira de trabalho, nela poderia estar escrito, no espaço destinado à profissão: esposa. Esposa, mãe, e, de quebra, gueixa. Lily foi feita para bem servir. E não nega. Ela nasceu na Alemanha, onde seu pai, um oficial britânico, servia temporariamente. Sua mãe e sua criação foram francesas. Ela cresceu num bairro bem burguês de Paris e estava destinada a um casamento convencional, sem mais histórias. Seu pai era severo ao extremo, mas sua mãe, com uma cabeça arejada, fez com que a filha tivesse aulas de piano e de teatro, para ter - quem sabe? - uma vida um pouco mais agitada. Lily, porém, não tinha nada a ver com palcos e, apesar de ter feito pequenos papéis em dois filmes, logo viu que não era por aí. Foi quando surgiu o concurso de Miss Pavillon. Ela tinha 16 anos. As candidatas desfilaram com vestidos discretos (nada de maiôs) - num grande cinema dos Champs-Élysées. Quando Lily entrou, a platéia veio abaixo. Bravo! Bravo! gritavam os embasbacados messieurs. Por motivos fortuitos, ganhou outra moça. Nem tão fortuitos: a mãe da vitoriosa, diziam as famigeradas más línguas, tinha um caso com o cantor Maurice Chevalier. O resultado provocou tamanho bafafá que os organizadores do concurso foram obrigados a criar um outro título, o de Miss Paris, que Lily ganhou por aclamação.

No mar de Copacabana não tem Leviatã, por seu turno, assegura que “nenhum bando de tubarões pode encarar 4.200 bípedes tomados de espírito cívico e competitivo, compenetrados em busca de prazer, orgulho ou auto-superação” e que, “sob cada uma das toucas laranjas” dos milhares de participantes, havia somente um dado em comum: a solidão.

O trecho da Avenida Atlântica entre o Forte de Copacabana e o Posto 6, no Rio de Janeiro, está tomado por uma multidão de homens e mulheres vestidos de sunga ou maiô. São 9 horas da manhã de um domingo abafado do final de novembro. Não há horizonte entre o céu nublado e o mar, tingidos do mesmo cinza, e até há pouco uma névoa branca recobria os morros e os prédios da praia de Copacabana. Dezenas de traineiras do Corpo de Segurança Aquática estão espalhadas pelo mar, ao longo de um cordão de bóias amarelas. "Todos vocês aqui são motivo de orgulho para os seus pais e seus familiares", grita pelo alto-falante o professor de ginástica Paulo Cintura, ex-aluno da Escolinha do Professor Raimundo, "pois não é qualquer pessoa que consegue fazer o que vocês estão prestes a fazer". E ele brada o seu grito-de-guerra: Issa!". Já passa das 9. Pouco mais de 4 mil pessoas estão prestes a nadar quase 4 quilômetros em mar aberto (3,8 km, para ser exato), atravessando a praia de Copacabana numa linha reta que sai do forte e termina nas areias do Leme. Criada há cinco anos pelo Exército, a Travessia dos Fortes transformou uma prova ocasional de soldados numa maratona aquática com grande adesão do público, o que lhe rendeu o apelido de "São Silvestre das travessias". A popularidade da corrida se manifesta, infelizmente, nas filas.

Entre as duas reportagens, assim como entre elas e as demais mencionadas nos parágrafos imediatamente anteriores, não há um vínculo evidente – sequer difuso. À

primeira vista, parecem estar ali por obra de uma inteligência arbitrariamente randômica que se diverte agrupando, em uma mesma revista, artigos e perfis de natureza diversa apenas para obter alguma graça do exercício incomum que é dispor lado a lado produções contrastantes.

Entretanto, ao considerarmos o vezo humorístico que abre e fecha a revista, presente da capa à última página, marca igualmente encontrada nas poucas seções fixas de *piauí*, com destaque para “Esquina”, “Horóscopo”, “Quadrinhos” e “Cartas” – se levarmos em conta a permanência do humor, que reveste previamente quase tudo que é publicado com uma segunda intenção que não é outra senão a expectativa do riso e do gozo motivados por algum aspecto curioso no fato narrado ou na personagem perfilada.

Feito isso, aceita essa circunstância não como elemento episódico, passageiro, mas como uma constante que transmite à revista um espírito jocoso e galhofeiro, difícil de se dissipar mesmo quando se trata de assuntos mais sérios: feito isso, não é de se estranhar que, no mesmo número, convivam amigavelmente Lily Marinho, a maratona de samba, Lula, o “achador-geral” da república, o atleta e escritor que se arrisca na Travessia dos Fortes, o inventor da caixinha de CDs, o questionamento do escritor Salman Rushdie sobre *As mil e uma noites* e, por fim, uma “coleção de livros com títulos involuntariamente tolos”. Reunida pelo bibliófilo Pedro Corrêa do Lago, o apanhado traz obras como *A arte de conservar os dentes*, *O ovo e seus aspectos* e *Prova matemática da existência de Deus*.

Fiquemos, agora, com este caso: as colaborações dos escritores brasileiros Ricardo Lísias (sobre o divórcio) e Bernardo Carvalho (sobre o conceito de autoria na internet) e a do professor universitário turco e também escritor Orhan Pamuk (sobre ler romances) dividem a edição de novembro de 2011 com um texto que homenageia as pessoas “mal morridas”, ou seja, as que faleceram ou que venham a falecer no mesmo dia em que famosos como Steve Jobs e Michael Jackson “bateram as botas”. Também nesse número, uma grande reportagem do geógrafo e jornalista Luiz Henrique Ligabue sobre a possibilidade de que primatas possam desenvolver sentimentos tipicamente humanos, como saudade e compaixão, apresenta-se contígua a outra, mais modesta, digamos assim, mas não menos engraçada, que tem em uma novidade seu mote: nos Estados Unidos, dois sócios haviam fundado uma empresa especializada em transformar as cinzas dos entes cremados em munição para armamentos de grosso e de fino calibre.

Convenhamos que não é fácil saber o que fazer com as cinzas de um parente que optou por ser cremado. Apenas quando o defunto já deixa

escolhido o local onde gostaria de se evaporar, a dificuldade é pouca e se resume a uma questão de logística. Afinal, nem sempre cenários de natureza espetacular como as Cataratas do Iguazu, o Pico do Jaraguá, a Chapada Diamantina, o Cristo Redentor ou os braços de Iemanjá em mar aberto são acessíveis aos encarregados do luto. Chega agora dos Estados Unidos uma solução alternativa – embora essencialmente voltada para o mercado americano, visto que sua exportação mundo afora ainda é duvidosa. A empresa responsável pela inovação, cuja sede fica em Stockton, no estado do Alabama, traz no nome o marketing do negócio: Holy Smoke. Nada a ver com o sucesso homônimo da banda Iron Maiden, nem com o filme de Jane Campion (no Brasil, *Fogo Sagrado*), estrelado por Kate Winslet e Harvey Keitel.

Outro exemplo da alternância do grave e do humor na revista é mostrado na edição de outubro de 2010. Nela, o jornalista, cientista político, professor e ex-secretário de imprensa da Presidência da República de 2003 a 2007, André Singer, reflete sobre o que chama de “lulismo” e seus pontos de contato com as diretrizes do *New Deal* norte-americano. Das páginas 62 a 66, Singer expõe o que, para ele, constituem as principais conquistas dos dois mandatos do ex-presidente Lula da Silva. O ensaio apresenta, em linguagem eminentemente acadêmica, as razões pelas quais o lulismo teria proporcionado, no Brasil, ganhos sociais similares aos que se seguiram às medidas tomadas pelo ex-presidente americano Franklin D. Roosevelt. A leitura do ensaio de Singer não deixa dúvidas: trata-se de expressão da ordem do grave.

Numa passagem de *O 18 Brumário de Luís Bonaparte*, Marx mostra como é frequente os atores de uma determinada época buscarem inspiração nos acontecimentos de outra. Se o período histórico evocado pelos homens contemporâneos pode ser revelador da natureza das tarefas que eles pretendem realizar, mesmo que o resultado final possa ser diferente do esperado, vale a pena deter-se na consideração do seu significado. O Brasil do ano eleitoral que se encerra tem algo da atmosfera imaginária na qual, há mais de meio século, a democracia norte-americana criou o arcabouço de leis, instituições e ações do *New Deal*. Conjunto de programas iniciados na primeira Presidência de Franklin D. Roosevelt para fazer frente à crise de 1929, o *New Deal* permitiu um salto na qualidade de vida dos pobres e propiciou maior igualdade entre os cidadãos americanos. Ter instaurado tal ambiente é um legado dos dois mandatos do presidente Luiz Inácio Lula da Silva. Ele pode moldar o “marco regulatório”, para usar uma expressão do mundo jurídico, no qual ocorrerão as próximas disputas eleitorais. Isto é, partidos e candidatos divergirão quanto aos meios, mas os fins estão fixados de antemão.

Na mesma edição, porém, distante apenas duas reportagens e um ensaio fotográfico da exegese do cientista político, a escritora e tradutora Vanessa Barbara discorre sobre o que considera um dos tipos humanos mais controversos na cultura global: o “louco de palestra”. Afetando tratamento sério, semelhante ao dispensado a temas de

maior destaque, como as heranças do “lulismo”, abordado pelo colega de revista, Barbara assevera: há “inúmeras categorias de loucos de palestra, que olhos e ouvidos atentos podem identificar em qualquer manifestação de cunho argumentativo-reflexivo, com a palavra franqueada ao público”. A identificação desses tipos, adverte Barbara, requer atenção especial para as sentenças que introduzem as falas. Por exemplo, instados pela curiosidade, loucos de palestra jamais pedem licença para perguntar, mas para “fazer uma colocação”. Na sequência, emulando um rigor que parodia a linguagem científica, a autora procede à enumeração e posterior catalogação dos tipos mais freqüentes de loucos de palestra. Para tanto, recorre à opinião de palestrantes consagrados, jornalistas, ficcionistas e demais profissionais que, dada a natureza do ofício que desempenham, se vêem constantemente obrigados a lidar com essa categoria humana incorrigivelmente participante.

Em dezembro passado, o escritor gaúcho André Czarnobai, o Cardoso, publicou um diário na piauí intitulado “Pasfundo calipígia”. Salvo engano, foi a primeira vez em que se utilizou em letra impressa o termo “louco de palestra”. Imediatamente, a expressão ganhou densidade acadêmica e popularizou-se nos redutos universitários nacionais, encorajando loucos latentes e chamando a atenção da saúde pública para o problema. O louco de palestra é o sujeito que, durante uma conferência, levanta a mão para perguntar algo absolutamente aleatório. Ou para fazer uma observação longa e sem sentido sobre qualquer coisa que lhe venha à mente. É a alegria dos assistentes enfasiados e o pesadelo dos oradores, que passam o evento inteiro aguardando sua inevitável manifestação, como se dispostos a enfrentar a própria Morte. Há inúmeras categorias de loucos de palestra, que olhos e ouvidos atentos podem identificar em qualquer manifestação de cunho argumentativo-reflexivo, com a palavra franqueada ao público. Há o louco clássico: aquele que levanta, faz uma longa explanação sobre qualquer tema, que raramente tangencia o assunto em debate, e termina sem perguntar nada de específico. Seu único objetivo é impressionar intelectualmente a plebe, inclusive o palestrante oficial. Ele sempre pede licença para “fazer uma colocação”. Há o louco militante, que invariavelmente aproveita para culpar a exploração da classe dominante, mesmo que o tópico do debate seja arraiolo & bordado.

As colaborações de Singer e Barbara não poderiam ser mais distintas: enquanto a primeira dedica-se a um debate sociológico, político e econômico que, ainda hoje, encontra-se na ordem do dia, com repercussões na esfera acadêmica, a segunda investe energia e tempo em um tópico da esfera do banal, do inútil, da piada. A despeito dessas diferenças, porém, as duas matérias ocupam mais que três páginas da revista e recebem o mesmo tratamento gráfico, com tamanho de títulos e textos de chamadas semelhantes.

Interpondo-se entre a reportagem de Vanessa Barbara (*O louco de palestra*)

e o ensaio de André Singer (*O lulismo e seu futuro*), o leitor de *piauí* encontrará o relato jornalístico sobre o trabalho de um médico brasileiro que opera gratuitamente no Amazonas e no Haiti; uma série de 12 fotografias que retratam o cotidiano de um policial militar em São Paulo; e, por fim, uma reportagem que investiga as razões pelas quais o jornalismo investigativo nos Estados Unidos estaria em vias de desaparecer por ser, de acordo com a lingüista, professora e intérprete Branca Vianna, “chato, trabalhoso e caro”.

Completam a edição de outubro de 2010: o necrológio do fotógrafo norte-americano John Varley, responsável por eternizar o abraço entre o jogador Pelé o zagueiro britânico Bobby Moore, na Copa do Mundo de futebol de 1970; um conto do escritor brasileiro Milton Hatoum; a análise de um dos filmes de Arnaldo Jabor, *A suprema felicidade*, feita pelo crítico Eduardo Escorel; uma colaboração de Chris Ware, famoso quadrinhista norte-americano; alguns poemas do diplomata e escritor Francisco Alvim; o diário de uma jornalista brasileira de 28 anos cujo fastio com o mundo hiperconectado da internet a levou a trocar a cidade onde vivia por uma *organic farm*, no sul da França, onde pode colher os benefícios das raízes orgânicas; dois perfis: um do artista plástico Tunga e outro de Luciano Coutinho, presidente do Banco Nacional do Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES); sete pequenas reportagens sobre temas diversos reunidas na seção *Esquina*; e, por fim, um artigo sobre a nova tendência do mundo *fashion* funerário: o caixão ecologicamente sustentável.

piauí se propõe a perseguir uma “fórmula editorial” que investe na alternância das categorias do humor e do grave e, em muitos casos, na mistura dos dois conceitos, o que torna ainda mais compreensível a recusa de Salles em compreender *piauí* como mero constructo destinado a plasmar de maneira eficiente os preceitos daquilo que tradicionalmente se convencionou chamar “jornalismo literário”. Ora, de acordo com Valentini (2011),

Neste aspecto, quando estruturou a *piauí*, [João Moreira] Salles ambicionava mexer com o arcabouço do próprio acontecimento jornalístico. Isto não significa criar os fatos [nem realçá-los recorrendo a procedimentos do “jornalismo literário”], mas registrar aqueles que fogem do convencional para o formato revista e cumprir o que parece vocação para o meio: atualizar e ampliar o relato já feito por outros, como a TV ou a internet, além de trazer novas abordagens. (VALENTINI, 2011, p. 35)

A “fórmula”, então, seria menos resultado da adoção de procedimentos corriqueiros no exercício literário do que uma aplicação sistemática do próprio conjunto

de técnicas narrativas disponíveis no campo do jornalismo. É o que entende Valentini (2011) ao endossar o que diz Bulhões (2007):

Ultrapassando o simples anunciar do acontecimento, a reportagem dedica-se a detalhar os fatos, situando-os no entorno de suas motivações e implicações. Possui variantes de formato, ora mais descritivos, narrativos, expositivos, dissertativos; e constrói-se com a apuração laboriosa das informações, por meio de entrevistas e da consulta a diferentes versões. (BULHÕES, 2007, p. 45 *apud* VALENTINI, 2011, p.37).

Em *piauí* percebe-se, igualmente, investimento no texto no que diz respeito a espaço e autonomia do autor, traço que se evidencia, por exemplo, na reportagem *Bom dia, meu nome é Sheila*, da escritora Vanessa Barbara, considerada um dos pontos de destaque na história da revista.

Valorização da reportagem: no mesmo texto de Vanessa Barbara, é patente a valorização dessa modalidade, entendida por Sodré (1986) como um gênero jornalístico privilegiado onde “se contam e se narram as peripécias da atualidade”.

Seja no jornal nosso de cada dia, na imprensa não-cotidiana ou na televisão, ela [a reportagem] se afirma como lugar por excelência da narração jornalística. E é mesmo, a justo título, uma narrativa – com personagens, ação dramática e descrições de ambiente – separada entretanto da literatura por seu compromisso com a objetividade informativa. Esse laço obrigatório com a informação objetiva vem dizer que, qualquer que seja o tipo de reportagem (interpretativa, especial, etc.), impõe-se ao redator o “estilo direto puro”, isto é, a narração sem comentários, sem subjetivações. (SODRÉ, 1986, p.9)

Sim, havia novidade. Se a intenção tinha sido realmente criar uma revista “inútil, alguma coisa que você lê e a razão se esgota aí”, conforme diria, alguns meses depois de lançada, Salles, *piauí* fora um tiro certo. Após deixar a banca, o que tinha em mãos era absolutamente inservível. Mas, é preciso admitir também, como era prazerosa aquela falta de serventia.

2.5 A graça começa na porta: as capas de *piauí*

A seguir, apresento, de modo aleatório, algumas das capas das 77 edições de *piauí*. Embora não sejam, em princípio, objeto central deste estudo, as capas da revista, quando comparadas às chamadas de reportagem com maior destaque naquele mês, servem como exemplo do movimento pendular operado no restante da publicação. Tal movimento vai do grave ao humor, do sério ao riso, da despretenção ao investimento.

Nelas, o humor presentifica-se nas ilustrações; o grave, em alguns dos textos que apresentam as principais reportagens da edição. Finalmente, sugiro que, à seriedade dos principais temas abordados em *piauí*, contrapõe-se o jocoso da ilustração, o que, conforme assinalo ao fim deste tópico. As capas, todavia, ao desempenharem função antecipatória do conteúdo da revista, recobrem-na com ar galhofeiro. É o efeito imediato do poder do riso, que abarca mesmo as produções mais graves.

Na edição inaugural, por exemplo, um pingüim de geladeira guardava esfingicamente a capa, espaço que, um mês depois, seria reservado a um Che Guevara estilizado exibindo uma camisa com o rosto do personagem Bart, do seriado *Os Simpsons*. Na edição seguinte, de dezembro de 2006, a capa da revista, assinada por Millôr Fernandes, mostrava um homem jogando frescobol e, acima dele, a bandeira do estado do Piauí. Na edição que marcou o quinto ano da revista, em outubro de 2011, surgia, agora no traço de Angeli, a presidente Dilma Rousseff, que, de *smartphone* em punho, fazia pose ao lado do pingüim de geladeira. Em agosto do mesmo ano, um macaco sorria para os leitores. Em março de 2007, a capa resume a aventura existencial de um homem, que se supõe ser o próprio artista responsável, o quadrinhista Art Spiegelman, do nascimento até a morte, que lhe sobrevém após escorregar em uma casca de banana.

A versão do Gênesis do também quadrinhista Robert Crumb estampa o número 36 de *piauí*, em setembro de 2009. Nele, um homem e uma mulher nus chafurdam num gramado edênico. Um grupo formado por mulheres orientais escorregando festivamente em uma montanha-russa anima a capa de abril de 2008, enquanto a de janeiro de 2011 traz uma deidade olimpiana, nua da cintura para cima, vestindo bermudão, cinto Prada, óculos de sol, pulseiras e cordão de ouro.

A de fevereiro de 2013, por exemplo: nela, vemos um robô com tatuagem de coração, na qual se lê “Hal 9000”, mastigar furiosamente a ponta de um charuto. No número anterior, de janeiro do mesmo, um bebê sorridente, usando apenas essas camisetinhas que bebês costumam usar, é alçado por duas mãos – o restante o corpo adulto que o atirara para cima fica oculto. O bebê, que tem traços orientais, abre-se numa gargalhada.

Em novembro de 2010, uma senhora muito circunspecta de cabelos brancos armados em coque aparece trajando casaco de pele de raposa. A dondoca carrega uma bolsa de couro de jacaré. Na lapela do casaco, há um broche com um desenho de um urso panda. Sob os pés da mulher, estende-se um cachorro da raça Poodle que parece sem vida,

mas, como se trata de uma ilustração, não é possível verificar. O trabalho é de autoria do brasileiro Andrés Sandoval, que, da edição 1 até a 77, ilustrará todos os textos publicados na seção “Esquina”, uma das poucas seções fixas da revista.

Na *piauí* de número 11, os camaradas Joseph Stálin e Mao Tsé Tung trocam um aperto de mão. Os dois estão muito sérios. O ditador chinês carrega um livro de capa vermelha cujo título é o mesmo da revista: *piauí*. Na edição de número 15, de dezembro de 2007, o Papai Noel do cartunista Jaguar manda às favas o espírito da época e esbraveja: “Tô sem saco pro Natal”. Na edição número 67, de abril de 2012, a boneca Hello Kitty despe-se de toda a meiguice possível e adere à cultura sadomaquista, portando acessórios indispensáveis nesse tipo de prática, como as argolas, o chicote e as algemas. A obra é de autoria do desenhista americano Bill Mayer.

Há mais exemplos dessa ousadia visual nas capas de *piauí*, que funcionam, o que essa breve visada pelas edições permite entrever, como um evento antecipatório do espírito que presidirá o conteúdo da revista. Dito de outra maneira, trata-se da antessala do riso. Nelas, o humor equivale a um bilhete de entrada para a publicação, preparando o leitor para o que irá encontrar nas próximas páginas: conteúdo diverso, temas sérios, outros nem tanto, assuntos pouco frequentes na pauta da imprensa nacional, gêneros variados (reportagens, contos, poesia, quadrinhos, cartas, diários, perfis, fotografias e necrológicos).

2.6 À procura do equilíbrio

Como corolário de tal postura editorial, que busca coadunar as expressões do humor e do grave, percebe-se o tratamento de temas comumente sérios de maneira cômica e de temas cômicos de maneira séria, característica que corrobora o que afirma Moreira Salles, para quem a *piauí* “é uma revista muito anárquica”, sem linha editorial, que tem um “pouco de tudo”, “não se leva muito a sério” e, contrariamente ao restante da imprensa brasileira, classificada por ele como “vociferante”, “prefere o deboche, a ironia, a sátira e a indignação”.

Em seguida, lançamos a questão, que se desdobra inevitavelmente em outras, formuladas adiante: é possível, sem prejuízo dos postulados que definem o fazer jornalístico, dispor da gravidade e do gracejo no mesmo discurso? Ou o humor e o rigor solene, quando confrontados na mesma arena, aniquilam-se? Informar também pode

comportar o riso? Por que o ato jornalístico é usualmente revestido de seriedade? Humor e jornalismo são imiscíveis ou podem dividir o mesmo palco? Os manuais podem estar errados ou incompletos?

Ao reunir, sob o mesmo guarda-chuva editorial, vocações mutuamente adversativas, como o humor e a seriedade, *piauí* abraça uma aposta temerária. Simultaneamente, o que se vê é um surpreendente enlace das duas categorias, não obstante apareçam, em algumas situações, em espaços demarcados da revista. Ocorre, porém, de serem acionadas no mesmo artigo, reportagem ou perfil. É quando o discurso da gravidade e o do humor se encontram.

Daí o espanto quando, em novembro de 2006, a capa da segunda edição anunciava narrativas diversas entre si, como a reportagem do escritor britânico Martin Amis sobre “os últimos dias do terrorista Muhammad Atta antes do 11 de setembro”, uma safra de novos poemas do escritor e editor alemão Hans Magnus Enzensberger, um ensaio que se debruçava sobre o sumiço do cigarro nas letras mais recentes da música popular brasileira, uma extensa apuração jornalística sobre a falência do banqueiro Luiz Cesar Fernandes, um horóscopo absolutamente heterodoxo, um tratado sobre a goiabada, tiras de Millôr Fernandes e duas pequenas reportagens (uma sobre o controverso mundo dos palindromistas e outra acerca da eliminação da idéia de limbo na literatura religiosa) – sem contar os quadrinhos do brasileiro Angeli, cuja narrativa pictográfica sublinhava a importância do *riff* da canção *Satisfaction*, da banda inglesa Rolling Stones, em sua formação profissional e pessoal.

Era muito para uma só revista: tanto na proposta editorial quanto na abrangência dos assuntos. E essa foi a graça imediata do projeto. Em primeiro lugar, surpreendem as escolhas temáticas. Em segundo, os vieses por meio dos quais os temas são apresentados. Em terceiro, impressionam o rigor e a profundidade das reportagens, que, em muitos casos, consomem meses antes de ficar prontas, circunstância que os próprios autores tratam, ainda que sutilmente, de registrar em algum momento da narrativa.

Finalmente, é motivo de riso a pacata convivência entre reportagens mais sérias, como o perfil do intelectual Emir Sader escrito pelo jornalista Luiz Maklouf Carvalho e publicado na edição de dezembro de 2006, e outras não tão sérias, como o artigo *Enlarge your penis!*, do escritor e cronista Antonio Prata, que investiga “mitos e realidades sobre métodos de aumento do órgão masculino mais importante depois

(depois?) do cérebro”. Considerados os fatores que se entrecruzam na elaboração de uma proposta editorial, *piauí* nascia única.

Nascia do casamento entre humor e rigor jornalístico, escracho e grande reportagem, tiras cômicas e poemas, cartas de leitores e necrológicos, quadrinhos e perfis. Aquilo daria certo? Por “aquilo”, entenda-se aliar, no mesmo pacote impresso, elementos que compunham a base do sucesso de duas grandes revistas do passado. Era uma operação razoável?

Como veremos nos próximos capítulos, a razoabilidade nunca foi um ingrediente essencial nas páginas de *piauí*.

3. A RAZÃO DAS VOGAIS

Antes de apresentarmos a revista *piauí*, como está dividida, rotinas de edição, quadros e seções, impõe-se um breve passeio pela história do jornalismo feito em revistas, também chamadas magazines.

Na história do jornalismo, as revistas sempre buscaram se diferenciar dos jornais, seja por questão de mercado, seja para conquistar um público leitor que não se satisfazia com a rapidez das notícias impressas nos veículos diários. Nos dois casos, a linguagem sofreria drástica mudança, visto que o formato revista permite e até estimula um tipo de escritura jornalística diferenciada, mais próxima até do estilo literário.

Assim, vemos que a produção do jornalismo em revista implica em algumas especificidades. Primeiro, a periodicidade. Revistas costumam ser mensais ou semanais, o que as distingue imediatamente do grosso dos jornais. Para se manterem atuais ao longo da semana ou do mês, precisam recorrer a expedientes que lhes possibilitem um grau de durabilidade maior. A mera factualidade, que alimenta os jornais, já não é suficiente. É preciso fisgar os leitores apelando até mesmo à dimensão estética do texto, mas, sobretudo, à profundidade na abordagem dos temas e a uma arquitetura textual mais elaborada.

Essa diferenciação estética também se estende à parte gráfica das revistas. Seja no tamanho ou no uso de elementos pouco freqüentes nos jornais, muitas revistas exibem um arranjo gráfico arrojado, que visa principalmente impulsionar a apresentação dos produtos. Os dois atributos, quando bem integrados, resultam em um objeto atraente, cuja força expressa-se principalmente na capa. De modo geral, as capas de revistas

tendem a explorar a liberdade e a carga dramática do tema mais forte da semana com uma desenvoltura maior. Trata-se de uma característica perceptível ainda mais nos textos escritos para a revista.

De acordo com Vilas Boas,

(...) ao dispor de mais tempo para informar, analisar e interpretar o fato, a revista semanal de informações não busca extremos de imparcialidade. Nesse sentido, a revista semanal de informações se apropria de técnicas literárias, aproximando-se mais da literatura do que qualquer outro meio jornalístico impresso. (VILAS BOAS, 1996, p.34)

É preciso lembrar novamente que a revista é mais literária que o jornal no que se refere ao tratamento dado ao texto. Admite usos estéticos da palavra e recursos gráficos de modo bem mais flagrante que os jornais. Além disso, a revista é mais artística quanto aos aspectos de programação visual. As revistas podem ser divididas em três grupos estilísticos: as ilustradas, as especializadas e as de informação-geral.

Scalzo informa (2011) que, no Brasil, a primeira revista, *As variedades* ou *Ensaio de Literatura*, surgirá apenas em 1812, na Bahia e,

(...) segundo ela própria, propunha-se a publicar discursos sobre costumes e virtudes morais e sociais, algumas novelas de escolhido gosto e moral, extratos da história antiga e moderna, nacional ou estrangeira, resumos de viagens, pedaços de autores clássicos portugueses, algumas anedotas e artigos que tenham relação com os estudos científicos propriamente ditos e possam habilitar os leitores a sentir a importância das novas descobertas filosóficas. (SCALZO, 2011, p. 27)

Para Vilas Boas (1996), apuro gráfico e maior proximidade com a estrutura narrativa típica da linguagem literária são dois aspectos que tornam as revistas diferentes dos jornais. Para o pesquisador, as revistas dividem-se em três grandes grupos: as ilustradas, as especializadas e as de informação-geral. Todavia, ressalva que a natureza do suporte revista já pressupõe um perfil de público.

Qualquer revista é especializada, já que pretende um público determinado. Na escolha dos significados, além do habitual estilo formal-coloquial do jornalismo, a revista toma expressões da literatura e as transpõe para o uso corrente. Da mesma forma o faz com expressões populares (jargões, neologismos, coloquialismos etc.). Daí pode-se obter uma outra forma de expressão, ao mesmo tempo criativa e erudita. (VILAS BOAS, 1996, p.71-72)

Apuro gráfico e maior presença de um estilo literário estão na base da história das revistas, principalmente nas que despontaram durante o século XX, quando o número

de contingentes populacionais alfabetizados começou a aumentar. Nos Estados Unidos, por exemplo, as magazines, inspiradas nas lojas de departamentos, que vendiam uma gama diversa de produtos, utilizavam-se de variados recursos na tentativa de atrair leitores de acordo com a segmentação da revista. Paralelamente, novas publicações apareciam à medida que os níveis de escolaridade cresciam.

É o que percebe Scalzo (2011) ao estudar a trajetória das revistas nos Estados Unidos e também no Brasil. Segundo a pesquisadora, gradativamente, as revistas, sobretudo as magazines, que primavam pela diversidade de temas, foram as publicações que mais se destacaram no mercado editorial.

Nos Estados Unidos, os primeiros títulos (*American Magazine* e *General Magazine*) são publicados em 1741, e até o fim do século XVIII uma centena de publicações já havia tomado conta do mercado. As revistas começam a ganhar os Estados Unidos à medida que o país se desenvolve, o analfabetismo diminui, cresce o interesse por novas ideias e a conseqüente necessidade de divulgá-las. Novos títulos surgem e multiplicam-se – muitos importados da Europa -, dando início ao que é hoje o um dos maiores mercados de revistas do mundo: cerca de seis bilhões de exemplares por ano. Só para comparar, no Brasil, atualmente, são vendidos mais ou menos 600 milhões de exemplares por ano. (SCALZO, 2011, p. 20)

Alguns modelos de revistas, que antes eram semelhantes aos livros, passaram, então, a se especializar. Scalzo (2011) enfatiza que, “ao longo do século XIX, a revista ganhou espaço, virou e ditou moda. Principalmente na Europa e também nos Estados Unidos”. O crescimento das revistas devia-se em grande parte à necessidade de instrução.

(...) Havia uma população alfabetizada que queria ler e se instruir, mas não se interessava pela profundidade dos livros, ainda vistos como instrumento da elite e pouco acessíveis. Com o avanço técnico das gráficas, as revistas se tornaram o meio ideal, reunindo vários assuntos em um único lugar e trazendo belas imagens para ilustrá-los. Era uma forma de fazer circular diferentes informações concentradas sobre os novos tempos, a nova ciência e as possibilidades que se abriam para uma população que começava a ter acesso ao saber. A revista ocupou, assim, um espaço entre o livro (objeto sacralizado) e o jornal (que só trazia o noticiário ligeiro). (SCALZO, 2011, p. 20)

A revista mostrava-se, assim, como um híbrido do livro e do jornal, apresentando fatos da semana, notícias e informação elaborada segundo critérios diferentes daqueles que ordenavam a confecção do conteúdo ofertado pela imprensa diária, que, conforme Scalzo, tinha uma diferença marcante em relação às revistas: era partidária.

Outra peculiaridade ligada ao nascimento do negócio revista é que, enquanto os jornais, tanto diários como semanais, nascem e crescem engajados, ligados a tendências ideológicas, a partidos políticos e à defesa de causas públicas, as revistas acabam tomando para si um papel importante na complementação da educação, relacionado intimamente

com a ciência e a cultura. Com recursos mais modestos do que os jornais, muitas vezes as revistas não conseguiam ter acesso à mesma tecnologia e por isso acabavam tendo de criar modelos paralelos. Por exemplo, quando surgiram os telégrafos e as agências de notícias, tais novidades tinham um custo tão alto que não eram acessíveis à maioria das revistas. Talvez esse fator também tenha ajudado a reafirmar a vocação desse tipo específico de publicação, que se viu empurrada a desenvolver uma natureza diferente, mais afastada do noticiário. (SCALZO, 2011, p. 21)

Assim, potencializando as vocações pedagógica e estética, as revistas ocupam um lugar especial entre os leitores. A introdução da ilustração e, posteriormente, das fotografias representa uma quebra no paradigma do jornalismo em revista. Depois disso, não demoraria tanto até a fundação de verdadeiros ícones nessa área, como *Life*, nos Estados Unidos, e *O Cruzeiro*, no Brasil. As duas revistas apostavam em uma linguagem ágil, muitas fotografias e edição caprichada. Ainda conforme Scalzo,

Na história da imprensa, talvez nada tenha contribuído tanto para o progresso do gênero como o nascimento da primeira revista semanal de notícias. Em 1923, nos Estados Unidos, dois jovens, Briton Hadden e Henry Luce, lançaram a *Time*. A idéia era trazer notícias da semana, do país e do mundo, organizadas em seções, sempre narradas de maneira concisa e sistemática. (SCALZO, 2011, p. 22)

Apenas cinco anos depois, Assis Chateaubriand fundava, no Brasil, a revista *O Cruzeiro*, que Scalzo considera haver estabelecido um novo padrão de linguagem no jornalismo nacional por meio de reportagens de fôlego e, principalmente, atribuindo grande importância ao fotojornalismo (SCALZO, 2011). A partir da trilha aberta por *O Cruzeiro*, novas revistas marcarão o jornalismo nacional no segmento de revistas, como *Senhor*, *Realidade*, *Veja* e *Manchete*.

Para Vilas Boas, no entanto, foram revistas como *Life* e *Realidade* as primeiras a lançar mão da “estrutura do conto em suas reportagens. Não quer dizer que faziam literatura, exatamente” (VILAS BOAS, 1996, p.59).

Do ponto de vista do profissional da palavra, há diferenças de perfil entre o escritor e o redator. Para o redator, a linguagem é puro instrumento do pensamento, um meio de transmitir realidades. Para o escritor, ao contrário, a linguagem é um lugar dialético, em que as coisas se fazem e se desfazem. Ou seja, o discurso literário está fundado na possibilidade de traduzir diferentes matizes do real. O jornalismo não. (VILAS BOAS, 1996, p.59)

3.1 Apresentação da *piauí*

Publicação mensal da editora Alvinegra distribuída pela editora Abril, a *piauí* é uma revista de circulação nacional dedicada quase que exclusivamente ao gênero reportagem, embora também reserve espaço para artigos, ensaios, quadrinhos, crítica de cinema, poesia e fotografias. Atualmente, seu diretor de redação é o jornalista Fernando de Barros e Silva; a secretária de redação é a jornalista Raquel Zangrandi. E o editor da seção *Esquina* é o jornalista Bernardo Esteves.

A revista integra a Associação Nacional dos Editores de Revistas (Aner) e o Instituto Verificador de Circulação (IVC). *piauí* também é das poucas publicações no Brasil que possui departamento de checagem das notícias. A revista é impressa em papel pólen *bold* 90 gramas (nas capas) e pólen *soft* 70 gramas (no miolo), o mesmo tipo de papel normalmente utilizado nas páginas de livros.

Criada há sete anos pelo jornalista, economista e documentarista João Moreira Salles, a publicação tem uma média de 70 páginas por número e tiragem que fica em torno de 55 mil exemplares. É constituída por poucas seções fixas: além de *esquina*, há também um diário; dois textos intitulados *chegada* e *despedida*, que abrem e fecham a revista, respectivamente; um sumário; uma seção na qual são fornecidos breves perfis dos colaboradores da edição; a seção humorística *Diário da Dilma Rousseff*; e uma seção de cartas. Eventualmente, a revista também publica o *The iPiauí Herald*, com notícias falsas sobre personagens do mundo político.

De acordo com João Moreira Salles, em entrevista ao programa *Sempre um papo*, da TV Câmara, a opção pelo nome *piauí* deveu-se à sonoridade do vocábulo.

É uma palavra cheia de vogal e eu gosto de palavras cheias de vogais. Li o Gilberto Freyre. Ele dizia que os países ensolarados têm idiomas em que prevalecem as vogais. A vogal é macia, doce. Consoante é boa para dar ordem. É mais simpático uma palavra solar. Não foi um nome que colou de primeira. Parecia um despropósito. Vários outros nomes foram alentados. A gente se empolgava, mas todos. Eles arrefeciam um pouco o ânimo. No fim das contas, quando a revista teve de ser lançada, acabou virando *piauí*. Como não é uma revista de zombaria, não é um deboche, a gente é a única obrigação nacional que cobre o Piauí. Como todo mundo me faz essa pergunta, cheguei à conclusão que o nome é bom. Se ela se chamasse *Avante*, *Veja*, *Realidade*, talvez as pessoas não lembrassem. É a razão das vogais.

Foi na “razão das vogais” que Salles definiu boa parte do caráter de *piauí*, cuja inicial é grafada, evocando esse falar ensolarado, em caixa baixa, assim como os

nomes de todas as seções e as rubricas de cada reportagem ou artigo. As rubricas são introduzidas pela palavra “questões” e “vultos”. Assim, uma reportagem será abrigada sob a frase “questões antropológicas” ou “questões ambientais” ou ainda “questões políticas” e “vultos da república” ou “vultos do desporto”.

De modo geral, há oito reportagens publicadas por edição. O tamanho das matérias costuma variar de três a cinco páginas, o que não impede que sejam publicadas reportagens que ocupem até dez páginas.

Às grandes matérias, somam-se reportagens menos extensas, como as veiculadas em *esquina*, e as que iniciam e fecham a revista, publicadas nas seções *chegada e despedida*.

Os prazos para apuração e escrita das matérias são diferentes. Enquanto algumas reportagens consomem meses, outras necessitam de prazo menos frouxo. Nas reportagens de *Esquina*, por exemplo, os prazos costumam ser duas a três semanas. Ainda segundo Moreira Salles, há uma regra em *piauí*: “Os textos têm o tamanho que precisam ter. Se uma história precisa de seis páginas, a gente não

vai cortar pra três”.

Os conteúdos da revista não estão organizados segundo editorias. O mesmo número pode trazer cinco matérias sobre natação, configurando a idéia de dossiê. No número seguinte, nada será publicado sobre a área de esportes. Ou pelos próximos dois ou cinco meses. A consequência imediata dessa forma de organização do conteúdo é que não há obrigatoriedade de publicação de um segmento de informações na revista, como existe nos jornais, em que são lidas, todos os dias, notícias e reportagens sobre ciência, esportes, lazer, cultura, política, economia etc.

Todavia, lendo-se *piauí*, percebe-se grande número de reportagens e perfis políticos, além das colaborações de sociólogos e professores.

A participação de escritores na revista, tanto brasileiros quanto estrangeiros, também é freqüente. Por ela já passaram nomes como Nuno Ramos, Bernardo Carvalho, Vilma Arêas, Francisco Alvim, Ana Martins Masques, Daniel Galera, Reinaldo Moraes, Orhan Pamuk, David Foster Wallace etc. E quadrinhistas como o casal Robert e Alice Crumb, Angeli, Caco Galhardo, Gotlib, Chris Ware e outros.

3.2 Apresentação da seção *Esquina*

A seção *Esquina*, existente desde o primeiro número de *piuí*, é formada por sete reportagens. Parte delas é ilustrada. Presente desde o número inaugural, o ilustrador Andrés Sandoval empresta cores e formas aos relatos pitorescos narrados nas “esquinas”.

As reportagens de *Esquina* costumam ter até seis mil caracteres, podendo chegar a sete mil. Normalmente, requerem prazo de apuração e escrita de três semanas.

De acordo com o editor da seção, o jornalista Bernardo Esteves,

As pautas de cada edição são escolhidas a partir das sugestões feitas pela equipe da revista e por colaboradores externos. Em geral decidimos a pauta numa reunião no começo do mês, mas como as sugestões chegam ininterruptamente, vamos adequando a seleção inicial às novidades que vão surgindo ao longo do mês.

A partir de 2012, os textos de *Esquina* passaram a assinados também na revista impressa. Antes disso, os autores das reportagens só poderiam ser conhecidos por quem acessasse a internet. Lá, todos os nomes apareciam logo abaixo do título das matérias. Segundo Bernardo Esteves,

Passar a assinar as esquinas foi uma decisão que Fernando Barros e Silva tomou quando se tornou diretor de redação, no começo de 2012. Não há uma justificativa oficial, como você pode notar na resposta a cartas de leitores que escreveram para comentar a mudança.

De modo geral, as “esquinas” são bastante editadas. Nos primeiros anos da revista, o próprio Moreira Salles encarregava-se do trabalho de adequar as narrativas aos padrões da seção, fazendo pequenos ajustes nos textos, recomendando alterações aos colaboradores, sugerindo cortes ou cortando ele mesmo. Ainda hoje, o processo continua assim. Ao menos dois editores lêem as reportagens da seção antes de chegarem, junto com o autor, à versão final do texto.

O que define, afinal de contas, o estilo de uma “esquina”? Conforme Esteves, há um tom predominante na seção.

Mas essa é uma questão sutil. Há esquinas que poderiam receber um tratamento de reportagem e serem contadas de forma mais longa, assim como algumas reportagens poderiam ser narradas de forma mais breve em tom de esquina.

O tom da “esquina” é definido por Salles em análise no capítulo III deste trabalho, no qual reolocamos o debate proposto no capítulo anterior. Com uma diferença: agora, o objeto de nossa reflexão serão as narrativas publicadas nessa seção.

Por ora, o que precisamos saber é que existe uma maneira de tratar o relato jornalístico característico do texto em *Esquina*. Como assinala seu editor, “a diferença maior talvez seja estilística”.

A variedade de assuntos, que oscilam entre o mais sério e o mais leve, também é uma marca da seção. Nela, lêem-se reportagens sobre questões políticas, científicas, culturais, domésticas etc., como uma entrevista com o cineasta pernambucano Claudio Assis, por exemplo, ou o relato de uma sessão no Supremo Tribunal Federal. Ou, ainda, um campeonato de escultura em melancia.

Afinal, estamos falando da revista cujo primeiro evento oficial a patrocinar foi um torneio nacional de ioiô – outra palavra formada por vogais.

Passaram pela edição da seção *Esquina*, além de João Moreira Salles, os jornalistas Roberto Kaz, Cassiano Elek Machado e Mario Sergio Conti, que também foi diretor de redação de *piauí* até dezembro de 2011.

4. NÃO HÁ NOTÍCIAS NA *ESQUINA*

Presente em *piauí* desde a primeira edição da revista, em outubro de 2006, a seção *Esquina* é composta de sete textos cujo tamanho gira em torno de seis mil caracteres. É a única seção fixa ilustrada da revista. Desde o número 1, o mesmo artista, Andrés Sandoval, rabisca traços cômicos amparado nos aspectos mais engraçados das reportagens. Se se trata de perfil do ex-presidente Itamar Franco, desenha-o em uma praça de alimentação de shopping Center (o mineiro tem uma queda especial por esses estabelecimentos). Se o repórter versa sobre os novos patinetes eletrônicos adotados pela polícia paulista, delineia o equipamento ainda encaixotado. Nem todas as reportagens, porém, ganham o direito de ser acompanhadas de uma ilustração. A escolha, segundo os editores, vai depender da disposição dos textos nas páginas e também do potencial dos assuntos.

Como veremos adiante, os temas de que tratam as reportagens variam bastante. Com o objetivo de propor categorias de análise, apresentamos as categorias a seguir. Realizamos uma drástica redução do quadro geral, visto que a enormidade de temas certamente produziria outra enormidade de causos, o que resultaria em um número impraticável de classificações e talvez até de ramificações das primeiras. Todavia, acreditamos que os principais assuntos tratados em *Esquina* estejam contemplados em

uma das categorias abaixo, que, sem derivar do rigor científico, tampouco de pesquisa sobre o que quer dizer, etimologicamente, a palavra “causo”, propõem-se tão somente a servir de rubrica genérica. Um termo cunhado exclusivamente para tornar menos árida a leitura do que virá nas próximas páginas.

A tipologia dos causos apresenta-se, portanto, deste modo: os “causos urbanos”, os “causos internacionais”, os “causos científicos”, os “causos domésticos”, os “causos do espírito”, os “causos do Piauí”, os “causos políticos” e os “causos sem causa aparente” (este será forçosamente o destino de qualquer causo que não se encaixe nos demais; pela experiência que temos de leitura das “esquinas”, há um número considerável deles).

Os textos em questão integram as edições dos cinco primeiros aniversários da revista, a saber: outubro de 2007, 2008, 2009, 2010 e 2011. Por que as edições de aniversário? Mais volumosas que as demais, ultrapassam facilmente as 100 páginas, contendo mais reportagens de grande fôlego, perfis, quadrinhos, poemas e artigos de natureza inclassificável. Embora as esquinas não variem de tamanho, o maior volume de conteúdo permite visualizá-las melhor em contraste com o restante da revista. Além disso, as edições de aniversário nos permitem acompanhar o desenvolvimento da revista ano após ano. Prestam-se, portanto, muito bem ao contraste e posterior análise do que, na revista, é o sério e o que não é.

4.1 Os causos de *Esquina*: uma proposta de classificação

Antes da análise propriamente dita, porém, cumpre esclarecer o que exatamente pretendemos com a classificação das reportagens por tipo de causo. E afirmar que, embora o conjunto total analisado tenha sido de 35 “esquinas”, não faremos referência direta a todas elas.

Finalmente, vamos ao que cada das denominações significa.

A primeira delas, causos urbanos, tem por característica principal reunir matérias que abordem algum aspecto das cidades, quer sobre o seu funcionamento e organização, quer sobre as personagens curiosas que nelas habitam. Como se vê, os causos aí agrupados são amplos e admitem desde a dramática história da paulista Monga, a mulher-macaca, até a do carro volante que anuncia óbitos, propaganda de forró, de cartomante e de comércios na cidadezinha de Campina Verde, com 19 mil habitantes,

localizada no Triângulo Mineiro. Ambas foram publicadas na edição 36 de *piauí*, de setembro de 2009.

Os causos internacionais dizem respeito a todos os acontecimentos noticiáveis, segundo, claro, os padrões de *Esquina*, que ocorram fora dos limites geográficos do Brasil, envolvendo nativos do país ou não, o que engloba o ingresso de uma jornalista baiana no prestigioso jornal *The New York Times* após anos de batalha com o idioma inglês, a descrença – é a única brasileira no mais importante jornal do mundo – e a diferença entre as preposições *in* e *on*⁴, diante das quais, descobriu muito tempo depois, até mesmo os americanos se confundem.

Autoexplicativos, os causos científicos aproximam o leitor de *piauí* dos bastidores do mundo do conhecimento. Como na reportagem *Enigmas da cidade e da vida*⁵, em que, a pretexto de explicar por que havia tão poucas pessoas presentes à primeira reunião do ano da Academia Brasileira de Filosofia, seu diretor, o filósofo João Ricardo Moderno, finalmente tangencia os tópicos da agenda da ABF naquela noite: a homenagem à ministra do Supremo Ellen Gracie, a visita do ex-presidente José Alencar, morto há dois anos, e um projeto que visa internacionalizar a filosofia tupiniquim.

Mais difíceis de delimitar, os causos domésticos são eventos de natureza dúbia, mas cujo desenrolar geralmente transcorre no ambiente do lar, do escritório ou de qualquer outra habitação que exerça papel semelhante ao da casa, entendida aqui no seu sentido afetivo. Os causos do espírito aglutinam tudo que venha a ter relação com os sentimentos, as dores da alma, a melancolia, as doenças da modernidade; os causos políticos constituem, grosso modo, o perfil de personagens da cena política ou a ela vinculada direta ou indiretamente.

Os causos do Piauí são bastante fáceis de visualizar: ocorrem quando o estado que dá nome à revista deixa de ser mera referência e vira tema de assunto. Por fim, há os causos sem causa, que, conforme explicado anteriormente, transitam em uma zona de penumbra que nos impede de arriscar com segurança uma denominação, se estão mais para políticos ou domésticos ou ainda científicos. Eis, assim, os oito causos com que trabalharemos aqui.

A seguir, elencamos alguns exemplos retirados de edições escolhidas de

⁴ A matéria *Meu nome não é Fernééenda* foi publicada na edição 21 de *piauí*, em junho de 2008.

⁵ A reportagem pode ser lida na edição n° 20, de maio de 2008.

maneira aleatória, içando o exemplar de uma pilha de revistas. Neles, dirigiremos nossa atenção ao problema que foi tópico central no capítulo I, ou seja, o movimento pendular entre o humor e o sério verificado em narrativas de *piauí*, especialmente nas reunidas na seção *Esquina*. Também no capítulo I, discutimos, de modo genérico, a baixa recorrência, na imprensa nacional, de pontos de contato entre humor e jornalismo.

Posteriormente, no mesmo capítulo, consideramos a hipótese de que a revista *piauí* propõe-se a amalgamar as experiências representadas por *O Pasquim e Realidade*: da primeira, recupera o tom de pilhéria e deboche característicos da proposta humorística; da segunda, reitera a aposta nas reportagens de caráter exaustivo voltadas para temas de interesse nacional.

Informamos também que, até hoje, fevereiro de 2013, data da elaboração desta monografia acadêmica, foram publicadas 77 edições de *piauí*. Ou seja, trabalhamos com a leitura de 35 reportagens em um universo de 539 “esquinas”. Destas 35, faremos referência direta a apenas algumas das reportagens, conforme assinalado um pouco acima.

4.2 Na esquina do jornalismo

À guisa de introdução, apresentamos o que parece consistir numa das principais características da *Esquina*: a diversidade de pautas.

No número mais recente, de fevereiro de 2013, foram abordados os seguintes temas em *Esquina*: a proporção entre brincantes e banheiros químicos no carnaval carioca (causo urbano); a história de um açougueiro que se tornou agitador cultural em Brasília (causo político); o competitivo mercado da compra e venda de cabelos na capital gaúcha (causo urbano); um torneio literário que elege a melhor poesia ruim em Minas Gerais (causo científico); um espanhol cinquentão que veio para o Brasil inspirado pelos filmes de Carmen Miranda e aqui começou, meio que por acaso, mas também por vocação íntima, a confeccionar sapatos para palhaços, negócio que, conforme se lê na reportagem, vem definhando desde o início dos anos 1990, época em que os circos começaram a perder força – talvez por concorrência dos “palhaços políticos” (causo internacional).

Completam a edição de *Esquina* a história de um mexicano que reúne mais de cinco mil objetos relacionados ao grupo de rock Kiss (causo internacional) e o relato de um ambulante que, aproveitando a escassez de salas de cinema em Niterói, no estado do Rio de Janeiro, comercializa DVDs de filmes de arte, cativando uma clientela formada

por professores, estudantes e cinéfilos de ocasião que pouco estão se lixando para a procedência das mercadorias que adquirem, disso advindo, por razões óbvias, parte da graça da reportagem (causo urbano).

Ora, do exposto acima, reiteramos a variedade dos temas e a preferência por assuntos cuja natureza não se permite apreender facilmente nem se classificar no que se entende por notícia. Tratados com seriedade, encontramos casos bizarros ou apenas engraçados, curiosos ou surpreendentes, aos quais uma linguagem sutilmente debochada confere angulação cômica. É um procedimento quase padrão nas “esquinas” acentuar traços ou falas ou características ou analogias que tenham como foco o objeto da narrativa de modo a obter o efeito cômico. Adiante, quando passarmos à análise caso a caso, ficará mais evidente como essa opera essa angulação, que normalmente tem viés de deboche.

Na edição de dezembro de 2007, por exemplo, outros sete textos compõem um painel de não-notícias que ganham tratamento sério. Numa delas - mais inclinada ao caso do espírito, embora flerte descaradamente com os casos sem causa -, o cômico não é que missas realizadas em latim provoquem inquietação nas crianças que freqüentam o Mosteiro de São Bento, em São Paulo, mas que o acontecimento, de resto apenas curioso e de interesse relativo para grande parte das pessoas, receba tratamento semelhante ao dispensado por grandes reportagens publicadas no mesmo número. É aí que os procedimentos dão as caras na arquitetura textual de uma “esquina”, fazendo troça, nas entrelinhas e quando menos se espera, com um assunto que, num país de maioria católica, pode ser considerado sério.

Abrindo a seção *Esquina* do mês, o caso religioso narra o que se segue à adoção do latim na celebração de missas naquele mosteiro. Trata da reação dos fiéis, que parecem divididos quanto à validade da mudança. Recupera, de forma breve, o emprego do latim nos rituais católicos, cavoucando as raízes históricas do fenômeno. Finalmente, contrapõe habilmente o comportamento desordenado e pouco solene de um grupo de crianças, todas nascidas na primeira década do século XXI, ao clima de seriedade e tradição que emana do mosteiro, sobretudo do fato de que o padre executa as etapas da liturgia de costas para os fiéis. Essa seriedade decorre não apenas da postura inusual do padre nem do emprego do latim, que, segundo a matéria, poucos ali entendem; decorre também das vestimentas das mulheres – véus recobrem seus rostos - e dos homens – trajando paletós, a despeito do dia quente.

In nomine Patris et Filii et Spiritus Sancti, diz o padre de costas, voltado para o altar. As palavras chegam miúdas na assembléia. Os fiéis têm os olhos fixos na estola verde sobre o dorso do sacerdote e no seu barrete litúrgico. Ele segue adiante: *Introibo ad altare Dei*, e sobe um degrau. Alguns fiéis respondem: *Ad Deum qui lætificat juventutem meam* [Ao Deus que alegra minha juventude], e viram a página do missal. A maioria se mantém calada, de joelhos e olhando para baixo. Outros rezam o terço ou tentam controlar suas crianças. Do altar, o padre prossegue com a oração inicial: *Gloria Patri et Filio et Spiritui Sancto*. Os fiéis replicam: *Sicut erat in principio et nunc et semper et in sæcula sæculorum. Amen*. É o começo da missa.

Saltemos para fevereiro de 2008. Uma das reportagens de *Esquina* neste número apresenta a história de Adrianno Sakamoto, um jovem “busólogo” de São Paulo. “Busólogo”? É fácil explicar: trata-se de alguém cuja especialidade, que aqui se confunde com hobby, é fotografar, anotar e catalogar modelos de ônibus, distribuindo-os numa escala que obedece a critérios técnicos só compreensíveis para quem entende um pouco os princípios da ciência que investiga essas máquinas ambulantes já tão aclimatadas à vida urbana.

Em linhas gerais, a narrativa mostra como é o trabalho de campo de Sakamoto, em que horários vai à caça dos ônibus, quais as espécies mais raras, quais as extintas, qual é o melhor lugar para observar os coletivos e, principalmente, como se descobriu um amante de ônibus. Sem dúvida alguma, um típico exemplar pertencente ao ramo dos causos urbanos⁶.

4.3 Sobre topetes, arquivos e técnicas para aumentar a estatura

Passamos, agora, à análise das 35 “esquinas”. Avaliaremos como se articulam, nesses textos, ora sutil, ora explicitamente, o humor e o sério; se, à presença do humor, o rigor jornalístico define; e, sobretudo, a que expedientes narrativos recorre o autor da reportagem na busca por hibridizar essas duas formas de expressão; quando esse hibridismo funciona de maneira harmoniosa, resultando em um texto atraente, e quando descamba para o deboche gratuito, gerando, por outro lado, antipatia.

A primeira delas, *Visita a um ex-presidente que perdeu a alma*, que abre a seção no mês de outubro, é um perfil de Itamar Franco, o ex do título. Itamar foi

⁶ Encaixa-se no perfil por realçar uma faceta das mais importantes da cidade, a mobilidade urbana.

entrevistado em seu escritório na sede do Banco de Desenvolvimento de Minas Gerais, em Belo Horizonte. Abaixo, o parágrafo de abertura:

Itamar Franco esperava na porta da sala, às 15h30 em ponto, conforme o combinado. Antes mesmo de alcançar a mesa de reuniões, avisou: "Me chame de Itamar e de você. Não sou mais presidente, não sou senador, não sou ministro". Usava terno cinza, camisa de listas, gravata creme com estampas azuis e um broche com as bandeirinhas cruzadas de Minas Gerais e do Brasil. No pulso esquerdo, um lustroso relógio dourado. Mais magro que nos tempos da presidência, abandonou a armação estilo aviador e agora adota óculos ovalados pretos, da marca Giorgio Armani. O topete ainda se equilibra firme, mas dá a impressão de estar um pouco mais ralo.

Destacamos, no trecho, alguns pontos. Primeiro, a construção da imagem de Itamar: pontual, mais magro, sem muitas formalidades como talvez o trato com um ex-presidente da república reclamasse, a mudança no tipo de armação dos óculos, do jovial modelo aviador para o sisudo ovalado preto, e a dispensa direta dos pronomes de tratamento mais indicados na relação com figuras políticas. Dois detalhes chamam atenção pelo que antecipam do desenrolar da história e do tom de comicidade que esta assumirá. Primeiro, o aviso de Itamar: "Me chame de Itamar e de você. Não sou mais presidente, não sou senador, não sou ministro", composto por duas orações que têm sentidos e pesos diferentes. A primeira - que parece tratar da motivação do pedido, ou seja, deixar claro que, dali em diante, a repórter não precisará dirigir-se a ele com formalidades -, funciona, na verdade, como gancho para a sentença que se lhe segue: "Não sou mais presidente, não sou senador, não sou ministro".

Ora, Itamar talvez não pretendesse informar, realmente, que, àquela altura da vida, não ocupava mais nenhum cargo político. O fato, de conhecimento público, era presumivelmente dominado pela repórter designada pela revista para escrever sobre a rotina do ex-presidente.

A partir desse ponto, a narrativa sublinhará cada nota da fala de Itamar que se coadune à melancólica constatação de que, agora, era um homem sem cargo político; portanto, sem influência política. De repente, ali estava, atendendo a porta do escritório no "horário combinado, às 15h30", Itamar Franco, um dos personagens proeminentes de um período da história nacional. Ele debatia-se com o isolamento em Juiz de Fora, cidade mineira. Todavia, o detalhe que chama a atenção, e que introduzirá, logo no parágrafo inicial, o tom levemente humorístico do texto, é guardado para o final: o topete, marca de Itamar. Embora se mantenha firme, conta a reportagem, o topete "dá a impressão de estar

um pouco mais ralo”. Nem o topete de Itamar era mais o mesmo.

É um parágrafo de abertura clássico nas “esquinas”. Nele, a ação se presentifica diante do leitor, que tem a impressão de também estar à sala, assistindo ao encontro, enquanto os atores da cena desempenham as suas funções.

Cíclica, essa estrutura, que se repetirá em outros tantos textos, deixa patente o acurado senso de observação do repórter, trazendo à luz aspectos do vestuário, da fala, do comportamento e do espaço onde a cena transcorre. Assim, procede-se à construção da personagem e do cenário, permitindo ao leitor visualizar contornos definidos do que vai sendo narrado. Finalmente, a nota humorística, leve, sutil, respingada como arremate, um gracejo cujo efeito é a ruptura de um tom de seriedade que se empregava até então e que, por dedução, deveria conduzir a outro tipo desfecho. Daí o efeito de surpresa, que se desencadeia a partir da tensão construída com esmero.

Os próximos parágrafos acentuam o estado de espírito de Itamar, que lamenta episódios de sua trajetória e a decepção com amigos. O texto capta o desconforto do político com o quadro geral das coisas. Após revolver anotações pessoais, Itamar retira uma folha de cima de um bloco de papéis. O ex-presidente, então, lê um trecho de artigo recortado do jornal. A repórter narra as ações, repetindo, em seguida, procedimento adotado no parágrafo introdutório, qual seja, o de apor a uma sentença séria uma nota cômica com o intuito de provocar humor por contraste, seja da gravidade da situação em oposição a algum aspecto sublinhado pela autora, seja das atitudes da personagem em oposição ao que própria personagem apregoa.

E começou: "Sofre-se, hoje, de utopia deteriorada, ceticismo, desencanto, que induzem muitos a se acomodarem tristes em seu canto". Tirou os olhos do papel e comentou: "É isso mesmo. Eu estou no canto, eu estou sentado no canto". Prosseguiu: "O que resta da esperança quando já não cremos em líderes, partidos, doutrinas e ideologias? O que resta quando, à nossa volta, se fecham todas as portas e janelas?" Fez uma pausa, e finalizou: "Resta à amargura, o desalento, a repulsa ao poder". (...) Uma secretária veio trazer uma bandeja com suco de pêssego *light*, café e pasteizinhos fritos. Só Hargreaves come. O assunto nessa hora tinha rumado para Fernando Henrique. "O sucesso é solidário e o fracasso é solitário", sentenciou Itamar, insistindo em que é preciso provar aquele pastelzinho.

Tal qual o início da matéria, o desfecho da reportagem em *Esquina* cumpre papel especial na construção do discurso humorístico, reservando ao último parágrafo, assim como ao primeiro, lugares de consolidação do viés cômico. O processo ocorre quase sempre no espaço do jogo de palavras ou e apontamentos displicentes. O que mudará, de uma narrativa para outra, será apenas a intensidade das marcas do humor no

texto, ficando mais visíveis em alguns. Em *Visita a um ex-presidente que perdeu a alma* - um título que antecipa, em parte, a natureza sutilmente debochada do que se vai ler -, a reportagem encerra a história com uma nota entre o cômico e o sério.

É o final da conversa, mas ele [Itamar Franco] ainda quer esclarecer um ponto: "Falam que eu guardo o ódio na geladeira. Eu não tenho ódio, mágoa, nada, de ninguém. Nos últimos anos, aprendi a umedecer os lábios". É enigmático. "Está na Bíblia. Você umedece os lábios, mas não fala." Na porta, Itamar se despede com dois beijinhos. Sente-se, de leve, um cheiro de lavanda masculina que remete a alguma década distante: "Pode escrever mal de mim. Eu não ligo, não".

Na segunda esquina da mesma edição, *O contrabandista de ar*, um caso urbano por excelência, o processo é semelhante. No parágrafo inicial, o autor narra, em ritmo veloz, acontecimentos que serão posteriormente explicados. Nesta "esquina", o cômico é resultado de um jogo bem urdido entre o sério e o humor. Segue-se o trecho:

Evanilson é o único segurança do lado de fora do armazém A7 do Cais do Porto, em Porto Alegre. Por trás da porta metálica enferrujada onde ele monta guarda, estão 500 caixas do tamanho de engradados de cerveja. As caixas vieram de Ciudad del Este, no Paraguai. Foram embaladas numa saleta de chão de ladrilhos bege por quatro capangas do bando de um contrabandista chamado Moreno. Ao raiar do dia, foram transportadas através de um matagal denso. Cruzaram o rio Paraná numa canoa mambembe, conduzida por um paraguaio de olhos rasgados e as iniciais USA estampadas na camiseta. Viajaram de Foz do Iguaçu até a capital gaúcha num caminhão de mudanças. E agora estão meticulosamente empilhadas, ainda envoltas no mesmo plástico preto, sobre um estrado de madeira clara.

Até aí, não se sabe para que servem as caixas nem o que contêm, apenas que são guardadas por um único segurança no cais do porto da capital gaúcha. Ao que tudo indica, as caixas foram atravessadas ilegalmente de um país a outro. Afinal, mercadorias lícitas não carecem de transporte que, para chegar a seu destino final, atravessa uma "mata densa", tampouco recorre ao auxílio de "canoas mambembes".

Levado por um acúmulo de possíveis sentidos e contextos a que os termos utilizados remetem, o leitor é induzido a concluir que 1) se trata de uma operação ordinária de tráfico de drogas ou de eletroeletrônicos ou de algum outro tipo de muamba e, 2) em posição suspeita, o segurança deve integrar a rede de tráfico internacional no cone Sul da América. Como veremos adiante, o leitor não estará totalmente enganado. A tensão e o estranhamento nos levam rapidamente ao parágrafo seguinte, onde o enigma se desata e o humor, contrapeso da seriedade do trecho anterior, se mostra.

As caixas podem ser vistas, desde o dia 1º. de setembro, e ali continuarão, naquele mesmo armazém, na mesma posição, intocadas, embrulhadas, guardadas pelo mesmo Evanilson, até um dia predeterminado: 18 de novembro. Depois disso, toda a carga contrabandeada por Moreno, a mando de um guatemalteco, irá para o lixo. É nessa data que termina a 6ª. Bienal do Mercosul, um dos destaques do calendário brasileiro das artes plásticas. Na edição deste ano, o evento gaúcho reúne trabalhos de 67 artistas de 23 países. São pinturas, fotografias, desenhos, vídeos, esculturas, instalações - e as caixas de papelão contrabandeadas de Ciudad del Este, batizadas por Aníbal López de Escultura Passada de Contrabando do Paraguai ao Brasil.

Era arte e não contrabando. Quer dizer, era contrabando, mas também arte. Pelo menos os pacotes, que de fato haviam sido contrabandeados do Paraguai para o Brasil, integravam um evento de artes plásticas, o que lhes conferia estatuto de arte. É nesse jogo, no qual são enredados contrabandistas, expositores, seguranças, o próprio artista e, agora, o leitor, que reside parte da graça da reportagem. Outra parte deriva da experiência inusitada, da construção textual, das escolhas vocabulares e do falso artilheiro erguido no primeiro parágrafo.

E o que continham as caixas? Eis a dúvida primordial, que o autor responderá apenas no fim. Antes, percorre brevemente o histórico do artista, oriundo da Guatemala. Um homem “corpulento cujos olhos indígenas, herança da bisavó maia, são emoldurados por óculos de aros negros e lentes grossas”. Um experimentalista que admite ter roubado um transeunte na capital do seu país e financiado uma exposição com o dinheiro obtido. O controverso evento é resumido em um trecho:

Alugou uma galeria de arte, imprimiu convites, comprou vinho branco ruim e chamou críticos, *connaisseurs* de arte e outros comedores de *petit-four* para admirar uma obra literalmente única: um papelzinho no qual se lia: “Empréstimo: No dia 29 de setembro realizei uma ação que consistiu em assaltar uma pessoa com aparência de classe média [...] dizendo a ele que isso não era um assalto, era um empréstimo, e que eu devolveria o dinheiro em linguagem visual para seus filhos. Esta obra está sendo patrocinada pelo homem que foi assaltado”. Por um desses mistérios insondáveis da arte, o artista não foi em cana.

Tomando as passagens da narrativa, percebemos a reiteração de uma estrutura: começa com a abordagem do fato reportado sob alguém viés sutilmente cômico. Para tanto, lança mão de construções, se não são propriamente literárias, concorrem para que o fato seja apresentado de maneira a alimentar o interesse do leitor. De modo geral, o parágrafo inicial das “esquinas” obedece a um princípio que dificilmente se extravia: o de fisgar o leitor, aproximando-se do que, em literatura, define a natureza do gênero conto.

Portanto, seja ao apresentar um ex-presidente da república, seja uma

instalação artística, o objetivo inicial é envolver, a partir de uma atmosfera em que se enovelam o grave e o cômico, o leitor, fazendo-o seguir com interesse na história. No mais das vezes, o fato se mostrará até menos importante do que parecia. É o caso da “esquina” de Itamar Franco, a cujo final chegamos unicamente pela sedução do texto e não porque o ex-presidente tivesse realmente alguma revelação bombástica a fazer ou reflexão sobre o cenário político nacional que merecesse ser ouvida.

O que interessava, ali, era o a desenho da personagem, feito com palavras, que resultava da reportagem, capaz de enxergar nas ações mínimas do ex-presidente uma delicada condição comum a todas as carreiras políticas: o declínio, a derrocada, a bancarrota do prestígio. Condição essa reafirmada, é preciso dizer, por intervenções da personagem, tais como a leitura de um trecho de anotação pessoal, o qual traduzia todo o seu amargor e desesperança.

De concreto, de noticiável, de jornalisticamente relevante, há um fiapo de nada, que, na imprensa diária, não justificaria sequer uma nota de rodapé. Afinal, o que há de novidade no fato de que um político que já gozou de poder agora é acometido de melancolia após ter sido sucessivamente preterido por seus correligionários? Para o jornalismo do dia a dia, há pouco ou quase nada a reportar, exceto quando, movido pela vaidade, o político de orgulho ferido passe a relatar fatos e acontecimentos de bastidores que tragam uma releitura do que se sabia consumado.

Para uma “esquina”, porém, o topete de Itamar continuava sendo um prato cheio, ainda que o mineiro haja dito claramente que se não importava que lhe falassem mal. “Pode escrever mal de mim. Eu não ligo, não.” A desimportância de Itamar era tamanha que ele mesmo fez de questão de acentuá-la, tanto no fim da matéria quanto no começo, quando diz que não é mais ministro, senador ou presidente. Resumindo, Itamar era apenas um funcionário do banco mineiro. Nessa posição, sentia-se incapaz de influir na política. Aparentemente, não havia fato político ou notícia, apenas a melancolia de um ex-presidente.

Um pouco adiante, mostraremos que manter esse nível de atração por eventos jornalisticamente pouco relevantes só é possível porque as “esquinas” transitam fora do conceito de notícia. O que nos provocou a cunhar a categoria de “desacontecimentos”, utilizada neste trabalho para designar o tipo de interesse que não se encontra precisamente no acontecimento ou no personagem, mas em alguma situação ou circunstância que estão em segundo ou mesmo em terceiro planos.

Caso desejem descobrir o que havia nas caixas contrabandeadas a pedido do artista guatemalteco, por favor, leiam a reportagem, cujo título sugestivo, repito, é: *O contrabandista de ar*, anexada ao fim deste trabalho.

Uma narrativa que ilustra o que expusemos acima é a “esquina” *Todo mês ele faz tudo sempre igual*, de autoria do documentarista, idealizador de *piauí* e primeiro editor da seção, João Moreira Salles. Por que mencionamos a autoria desta e não das demais? Por uma razão: foi João Moreira Salles quem, digamos assim, propôs a conceituação do que seria um texto feito para *Esquina*, estabelecendo uma espécie de cânone para a seção. A despeito de comportar ramificações ou dissonâncias, o modelo serve de referencial para colaboradores de *piauí* que porventura não estejam familiarizados com as especificidades impostas pela seção às reportagens ali publicadas.

De acordo com Salles, embora não existam muitas regras, os textos em *Esquina* “são serenos, não opinativos, nunca militantes”.

Quando possível, quero humor, mas humor quieto, aquele que corre por baixo do texto, meio disfarçado. Humor de inglês - quanto mais ridículo o assunto, mais sério o tratamento. Nunca temas gerais - a educação no Brasil, a crise da odontologia nacional etc. Sempre histórias singulares, com sujeito claro: um provador de café, um entregador de cartas, um lançamento imobiliário, um político e assim por diante⁷.

Destacamos a recomendação expressa de Salles: “Quando possível, quero humor”. Ou seja, as “esquinas” nem sempre apresentam humor. Via de regra, sim. Como obrigação, não. E não qualquer tipo de humor, mas o que o ex-editor considera “humor de inglês”, “quieto”, cheio de fleuma, distanciado, subterrâneo, que se manifesta em frases como a que se refere ao topete de Itamar Franco, na primeira reportagem aqui analisada: cambiantes, quase displicentes. Um humor forjado mais na sugestão.

Como veremos, as recomendações de Salles estão reunidas em uma espécie de carta de princípios. Como tal, indica pressupostos das “esquinas”, mas não que cada aspecto ali proposto seja colocado em prática, respeitando a cartilha. Enquanto alguns pontos nela apresentados ficam atenuados, não se verificam em todos os textos, outros se acentuam. Um exemplo: o caráter não opinativo, contrariado muitas vezes nas “esquinas”, sobretudo por meio do deboche velado da personagem ou das circunstâncias. E o referido “humor inglês”, que habita uma área de fronteiras tênues. Abaixo, um trecho da

⁷ Texto disponível nos anexos deste trabalho.

reportagem *Todo mês ele faz tudo sempre igual:*

Segunda-feira. Pendura o paletó. Pega a pasta amarela em cima da mesa. Verifica se os porteiros, o vigia e o faxineiro assinaram o documento. Certifica-se de que o pagamento foi feito. Dá-se por satisfeito. Terça-feira. Pendura o paletó. Abre a pasta vermelha. Perscruta o documento que comprova o pagamento dos serviços prestados pela empresa de manutenção do elevador. O carimbo está lá. Continua satisfeito. Quarta-feira. Afrouxa a gravata. Abre a gaveta. Corre o dedo pelas pastas. Ao encontrar a divisória correta, arquiva o comprovante da última dedetização. Está satisfeitíssimo. Maçante? Possível materialização da chatice propriamente infernal? Não para Jayme Duarte, 83 anos, síndico há quase 38 do edifício Conde dos Arcos, um prédio comercial de doze andares no centro do Rio de Janeiro.

A reportagem, que trata da rotina de um dos síndicos mais longevos do Rio de Janeiro, em atividade desde a década de 1960, concretiza, para o leitor, o não-acontecimento: as ações repetitivas de um homem, que se satisfaz, segundo o repórter, executando tarefas que deveriam provocar suspiros de tédio em qualquer pessoa. Aparentemente, não há notícia. A personagem escolhida ritualiza os comandos mais banais, transformando as operações rotineiras de trabalho em processo mecânico dos quais parece retirar proveito. Mais que isso: a personagem orgulha-se do trabalho bem feito, ainda que “maçante”.

Consoante ao que afirmara na carta de princípios das “esquinas”, Salles registra o cotidiano de modo sintético, lento, arrastado, emulando, no próprio texto, o decurso do tempo da ação e reiteração dos comandos, principalmente quando demarca brevemente os dias da semana, resumidos a algumas poucas realizações: alinhar papéis, arquivar papéis, “correr o dedo” por papéis. O cômico, aí, encontra-se na constatação de que esse rito laboral não incomoda quem o realiza. Pelo contrário, alegra-o. Arrematando cada dia sumariamente narrado, há uma sentença cuja finalidade é, ao final, arrancar uma nota de humor. São elas: “Dá-se por satisfeito”, “Continua satisfeito” e “Está satisfeitíssimo”.

O riso aparece em razão opositiva. As frases são a conclusão de um relato seco e preciso da rotina mecanizada do síndico, que, diferentemente do que se poderia imaginar, regozija-se com ela. Ao cotidiano árido e pouco movimentado do trabalhador, o autor opõe a satisfação dela advinda. O efeito é cumulativo, alcançando o clímax de comicidade na última sentença, quando a obtenção de prazer nessa sucessão de atividades ordinárias, que se estendem de segunda a sexta-feira, como sugerido, é ainda acentuada

pelo superlativo: “Está satisfeitíssimo”.

O humor fica evidente na pergunta que encerra o parágrafo de abertura: “Possível materialização da chatice propriamente infernal?” Feita de maneira direta, destituída de qualquer traço de sutileza, a interrogação tem pouco da escola inglesa que Salles reconhece admirar. Por isso mesmo, escancara a intenção de apor o sério e o humor, hibridizando um texto que, embora não tenha intenção essencialmente informativa, ou seja, não visa noticiar um fato relevante do ponto de vista do jornalismo mais quente, do factual, como se diz no jargão característico da área, ainda assim constitui jornalismo. É resultado de procedimento eminentemente jornalístico, que implica em apuração, checagem, exposição e narração. É nesse confronto das “esquinas” que enxergamos a síntese de uma matriz de escritura responsável por amalgamar o humor e o sério. O que no restante da revista assume feição apenas eventual, na seção ganha ares de parte orgânica do processo.

Noutra passagem, Salles joga com analogias abertamente cômicas, alternando o registro sério e o humor:

(...) Tal presteza e capacidade de ação explicam a longevidade de Jayme Duarte à frente do prédio que administra há quase quatro décadas. Num edifício de cem salas, foi sucessivamente reeleito para o cargo sem jamais ter recebido um só voto contra. Nem os Rolling Stones são tão longevos. Nem os Beatles são tão unânimes.

O expediente também ilumina outro ponto do guia escrito pelo autor para orientar os repórteres que fossem se aventurar na elaboração de uma “esquina”: a escolha do personagem. De acordo com Salles, convêm às “esquinas” “histórias singulares, com sujeito claro”. O artifício é utilizado com recorrência. Nas duas primeiras edições de aniversário, por exemplo, aparece em 12 das 14 narrativas. Na terceira edição de aniversário, o procedimento surge em todos os textos. Na quarta edição, em apenas três das sete. Na quinta, em quatro das sete. De modo geral, percebe-se a predominância de personagens potencialmente cômicas pela natureza da atividade que desempenham.

É assim que, nas cinco edições de *piauí* analisadas para este trabalho, vemos desfilar uma galeria de tipos: o artista experimental que contrabandeia caixas vazias do Paraguai para o Brasil, o político em fim de carreira que se compraz em ser tratado pelo nome ou simplesmente por você, o ministro da Pesca para quem o grande problema no baixo consumo de peixes no Brasil reside no fato de que as famílias ainda têm receio de que suas crianças se engasguem com as espinhas, a repórter voluntariosa que se submete a uma série de treinamentos cujo resultado final será, conforme prometido nas videoaulas,

alguns centímetros a mais de estatura.

Mais: um escritor que, ao vender suas obras de bar em bar pelas ruas de São Paulo, projeta superar, em algumas décadas de trabalho contínuo, as cifras estratosféricas do *best seller* Paulo Coelho; um enxadrista renitente que assina a única coluna sobre xadrez da imprensa nacional; quatro jovens empresários que fizeram fortuna produzindo biscoitinhos da sorte para atender uma cadeia de lanchonetes de comida chinesa; uma americana gay que se tornou rabina nos Estados Unidos; um artesão de uniformes para peças de jogo de botão que atende pedidos do Brasil inteiro; um boneco famoso utilizado por um jornal carioca para identificar crateras nas vias da cidade e, assim, chamar a atenção das autoridades; uma prefeita do interior paulista, cuja cor predileta é rosa, que insiste em transformar a cidade administrada por ela em um polo de automobilismo internacional; um ousado capoeirista que convenceu o pastor de sua igreja a permitir aulas do esporte nos intervalos dos cultos.

Ainda: um leiloeiro de sêmen bovino, um alfaiate especializado em vestuário com blindagem, um adepto do candomblé cujo projeto megalômano é internacionalizar, a partir da capital francesa, a lavagem da escadaria da igreja de Nosso Senhor do Bonfim.

Finalmente: um caseiro cuja conta bancária foi devassada pela alta gerência da Caixa Econômica Federal, entrou com processo contra a instituição e um ministro do Governo e agora, passados alguns meses, assiste ao julgamento da causa no Supremo Tribunal Federal.

Todas as personagens acima tiveram suas histórias relatadas em uma “esquina” dessas cinco edições de aniversário de *piauí*. Em todas elas - a exceção é a reportagem *Crime e reparação*, que trata do caso de Francenildo dos Santos Costa, o caseiro que teve o sigilo bancário violado pela Caixa – há algum nível de hibridização do humor e do sério. Tome-se o exemplo dos empresários que tiraram a sorte grande produzindo biscoitos, também publicada na edição número 13 de *piauí*, que marcou seu primeiro aniversário.

Os sócios e amigos Douglas, Renato, Binho e Ângelo acabam de chegar a um restaurante da capital paulistana, depois de encerrar a reunião quinzenal em que discutem os negócios. É um estabelecimento que participa da promoção de uma rede de cartões de crédito. O cliente paga a conta com o cartão e ganha um biscoito, dentro do qual poderá ter a sorte de encontrar a mensagem premiada. O quarteto se entusiasma, na expectativa de um deles ser o felizarado a levar para casa uma panela de cor azul ou laranja, a escolher. Chega a hora crucial: a sobremesa, acompanhada do biscoitinho. A sorte, infelizmente, não lhes sorri. O

sonho de ampliar o arsenal de utensílios culinários fica para mais tarde.

4.4 Um acontecimento a-noticioso

O terceiro ponto que realçamos no manual das “esquinas” é formulado por Salles nos seguintes termos: “Tensão narrativa é essencial. ‘Esquinas’ nunca têm lead e sub-lead. Se fosse possível chegar lá, eu diria que cada esquina deveria ser um continho”.

Aqui, antes de prosseguirmos, cumpre-nos refletir acerca do suposto caráter a-noticioso das esquinas de *piauí*. Para tanto, faremos uma rápida incursão ao conceito de notícia em alguns teóricos dos estudos em jornalismo.

É a partir do esquema definidor do quadro de notícias possíveis que um veículo de comunicação opera. Em *Técnicas de codificação em jornalismo*, o jornalista e pesquisador Mario L. Erbolato considera: “As notícias são a matéria-prima do jornalismo. Comerciar e trabalhar com as notícias constitui a função básica dos jornais” (ERBOLATO, 1991, p. 50).

Para Lima, o “jornalismo serve ao propósito de informar sobre fatos da atualidade, mantendo um vínculo de contato periódico com a audiência, que é dispersa geográfica e socialmente” (LIMA, 2004, pp. 12-13). Lima (2004) também assinala que, embora as funções primordiais do jornalismo sejam bastante heterogêneas, o jornalismo se distingue de outras atividades por dois aspectos: a orientação e a opinião.

Isso importa consideravelmente na categorização desenhada pelo pesquisador, cuja preocupação recai não casualmente sobre as funções de informar e orientar. Ou seja, transmitir a notícia, de fato, mas também situá-la em um contexto social, político, econômico etc., acrescentando-lhe nuance, peso, volume.

Sublinhar os fatos mais importantes do cotidiano, trazendo-os à tona, conferindo-lhes densidade, e reportá-los com o máximo de clareza e profundidade – essa é a missão mais destacada do jornalismo, atividade por meio da qual recebemos notícias.

Ainda conforme Lima, em decorrência dessa necessidade de atender a públicos diferentes,:

O jornalismo contemporâneo, caracterizado pela produção estandardizada, em escala, que começa a nascer no século XIX, a partir das primeiras cadeias de jornais e das agências de notícias formadas nos Estados Unidos e na Europa, encontra a fórmula básica de comunicar no elemento notícia. Esta se transforma, em termos sistêmicos, no catalisador do sistema jornalístico. (LIMA, 2004, p.16)

Assim, depreende-se daí que é notícia a quebra das bolsas, crises econômicas, assassinatos, a final de um campeonato de futebol, a morte de uma personagem política, o casamento de um grande ícone da cultura de massas, um desastre aéreo etc. Embora nem sempre digam respeito a um espectro diverso de leitores, algumas notícias têm contornos transcendentais do ponto de vista das classes sociais, destinando-se a um público que, mesmo heterogêneo, é visto como pertencente a uma mesma faixa: o público leitor médio do veículo.

Segundo Nilson Lage, em *Estrutura da notícia*,

Sendo construção retórica referencial, a notícia trata das aparências do mundo. Conceitos que expressam subjetividade estão excluídos: não é notícia o que alguém pensou, imaginou, concebeu, sonhou, mas o que alguém disse, propôs, relatou ou confessou. É também axiomática, isto é, se afirma como verdadeira: não argumenta, não constrói silogismos, não conclui nem sustenta hipóteses. O que não é verdade, numa notícia, é fraude ou erro. (LAGE, 2004, p. 25)

Mas nem só de fatos cotidianos de relevância social reconhecida vive o jornalismo. É quando saem os esquemas massivos, organizados segundo critérios de noticiabilidade bastante rígidos, e entra o que se convencionou chamar jornalismo literário ou narrativo, cujo escopo comporta produções diferenciadas, motivadas por outros interesses. Em artigo publicado no livro *Literary Journalism – A new collection of the best american non-fiction*, o jornalista Mark Kramer assegura: um jornalista literário deve se preocupar menos com os “grandes fatos” noticiados diariamente na imprensa do que com o cotidiano mais vulgar.

A obra enumera algumas regras do jornalismo que, obrigatoriamente, devem ser quebradas. Uma delas trata do foco do jornalista literário. Segundo Kramer, histórias de vida comum – o que não significa histórias desinteressantes – constituem um manancial de boas matérias. Em outra ponta, as histórias comuns de pessoas famosas – como o perfil já famoso de Frank Sinatra elaborado por Gay Talese – respondem ao mesmo tipo de demanda.

Temos, aqui, dois pontos de vista distintos acerca da mesma matéria. De um lado, a notícia é categoria predefinida, manufaturada segundo processos quase industriais. De outro, o jornalismo que se permite passar ao largo do olho do furacão para se concentrar no ambiente, nas circunstâncias. Não por acaso, Alberto Dines, em *O papel do jornal*, sublinha: “Jornalismo é a busca de circunstâncias” (DINES, 1986, p. 25).

4.5 A objetividade como vedete, a imparcialidade como fetiche, a isenção como chave-mestra: três aspectos da notícia

No Brasil, a prática do jornalismo teve influência significativa da escola norte-americana, responsável pela disseminação do paradigma de notícia adotado por nosso modelo. Os caminhos apontados pelo jornalismo de lá acabaram definindo o cânone de cá, sobretudo nos anos imediatamente posteriores às duas grandes guerras, quando as agências de notícias e os departamentos de imprensa e propaganda se difundiram. Princípios como o da clareza, objetividade, noticiabilidade, isenção, impessoalidade e verdade representam como que as vigas-mestras desse saber. Nas escolas país afora, as aulas ministradas tomam por base essa cartilha ética e técnica, reproduzindo-a sistematicamente.

Antes dela, porém, o jornalismo brasileiro assumia outras características. Era doutrinário e partidário. Havia forte predomínio da subjetividade na construção dos textos, alta carga de opinião, excesso de adjetivação, textos demasiado longos. Por sua vez, as redações eram tomadas por gente das belas-lettras: escritores, poetas, tradutores. Eram os homens de imprensa de então. De acordo com Amaral,

Até a primeira metade do século XIX não havia a preocupação, por parte do editor e do leitor, com equilíbrio e imparcialidade. Como a imprensa era sobretudo político-partidária, comprava-se jornal para saborear a versão parcial dos acontecimentos e para se ler as críticas aos adversários, quase sempre pessoais, procedentes ou não, e invariavelmente em termos fortes, quando não afrontosos. A idéia de notícia, como depois passamos a ter, demoraria a amadurecer. (AMARAL, 1996, pp. 25-26).

Foi a partir da conversão do jornalismo em negócio, entre a segunda metade do século XIX e o início do XX, que o conceito de objetividade elevou-se à condição *sine qua non* dentro da cadeia produtiva do jornalismo. A objetividade define-se como categoria primordial no conjunto de técnicas na primeira metade do século XX, com a importação do modelo norte-americano de redação das notícias. Segundo Amaral (1996), o largo emprego das notícias oriundas das agências internacionais é marco de um novo tipo de jornalismo.

Foi ele (o telégrafo) o contato inicial da imprensa brasileira com a noção de objetividade posta em prática e difundida pelas agências internacionais de notícias e pela imprensa americana. As cópias dos telegramas chegavam com notícias e uma nova filosofia de trabalho. Depois da chegada do telégrafo, foi a vez da propaganda e das relações

públicas. Importados, os dois conceitos (objetividade e subjetividade) tiveram o condão de transportar o jornalismo brasileiro de um século para outro. (AMARAL, 1996, pp. 72-73).

Conforme o pesquisador, a objetividade ganha contornos definidos a partir da criação das agências de notícias, no início do século XIX. Elas se formam em um contexto de avançado desenvolvimento industrial e científico. Fatores não menos importantes, as duas guerras mundiais contribuíram sobremaneira para a adoção da objetividade no trabalho de reportar as notícias. Ora, se os fatos noticiosos eram complexos, se cada parte interessada no conflito bélico produzia a sua versão da guerra, natural que se exigissem menos opinião e mais informação. Assim nascia o império da notícia.

Em contrapartida, foi também nesse período que as reportagens autorais, elaboradas por correspondentes, assumiram um caráter fundamental. Afinal, era por meio delas que cada jornal apresentava ao seu público uma visão particular do evento. Uma visão singular, que não seria lida em nenhum outro veículo. Desse modo, tanto a objetividade quanto a subjetividade na elaboração das reportagens foram valorizadas na medida em que logravam atender a necessidades do mercado leitor de jornais.

Assim, passada a 2ª Guerra Mundial, o ambiente nas redações brasileiras depara-se com um novo *modus operandi*, responsável pela gradual substituição do estilo literário, espraído e excessivo, por uma narrativa noticiosa que buscava responder algumas perguntas: quem, onde, quando, o que, por quê.

Era o *lead*, sim, o mesmo que Salles exclui peremptoriamente das “esquinas” de *piauí*. Das respostas a essas perguntas, redigia-se o primeiro e mais importante parágrafo da notícia. Ainda de acordo com Amaral, a entrada do *lead* causou grande reboliço, sobretudo estranhamento. Afinal, acostumados a escreverem o que bem entendiam e de maneiras as mais diversas, os jornalistas prontamente rejeitaram a idéia de padronização do texto.

De acordo com Lage, a marca do texto noticioso, agora estruturado segundo determinava o *lead*, é o volume de informação factual, resultado, continua,

(...) da apuração e tratamento dos dados, que pretende informar, e não convencer. A informação deve ser verdadeira ou, no mínimo, verossímil, ser relevante, não-ambígua, concisa, estruturar-se segundo os preceitos lógicos e com a clareza necessária para ser compreendida pelos destinatários. (LAGE, 2004, p. 84).

Reestruturada, a mensagem noticiosa não pode, assim, ser apenas verdadeira, verossímil – por extensão, Lage sugere que seja também clara e concisa, entendendo que

o enunciado deve estar assentado em preceitos e lógica simples, escrito sem grandes volteios lexicais, utilizando-se de vocabulário de fácil compreensão por parte do leitor mediano. Afinal, conforme explicita Erbolato,

Os jornais se destinam às massas e, ao serem preparados, ignoram-se a quem chegarão os seus exemplares, que tanto poderão ser lidos pelo Presidente da República (...) quando por pessoas humildes, das classes populares e apenas com o curso primário. A linguagem, portanto, deve ser correta e acessível a todos. O segredo da boa notícia depende da maneira compreensível como chega ao leitor. É preciso convir que o jornal é o livro do povo e, por isso, recomenda-se clareza e simplicidade na escrita, porém nunca em prejuízo da correção. (ERBOLATO, 1991, pp. 90-91).

Sob o império do *lead*, o lugar da concisão na construção da notícia deve ser situado a partir desses mesmos parâmetros. O texto da notícia requer estrutura sintaticamente linear. Assim, estão terminantemente eliminadas as frases alongadas, com muitos elementos interpolados, orações subordinadas, excesso de paramentos, adjetivação demasiada etc. Ficam as sentenças que respeitem a estrutura linear tradicional da língua portuguesa, formada por sujeito seguido de verbo, elemento constituinte do predicado. Um conjunto cuja missão é responder a algumas perguntas e, sem demora, saciar o leitor. Sem “tensão narrativa”, de preferência.

4.6 Faz de conta que é um conto

Ora, se não há *lead*, conforme deseja Salles, não há notícia. Pode haver fato noticioso; não a notícia, confeccionada de acordo com o esquemático regime de perguntas e respostas. O que resta, então? O que resta é o que pede o ex-editor de *Esquina*: escrevam como se fosse um “continho”. Ainda que não tenham fatos relevantes segundo os critérios estritamente jornalísticos, contem uma boa história.

Longe de nos conduzir ao velho debate sobre os dutos que comunicam literatura e jornalismo, a provocação convida a olharmos a categorização de jornalismo referida pelo documentarista em entrevista a um programa de televisão, o qual mencionamos ainda no capítulo I deste trabalho. Na entrevista, em resposta a pergunta sobre o caráter literário das reportagens de *piauí*, Salles classifica o jornalismo feito na revista como narrativo. Unicamente.

Ao dispensar o estatuto do literário, que enxerga como pretensão e muleta retórica do jornalismo ou de jornalistas, traz à baila um aspecto importante da escrita

jornalística. A narrativa, portanto, estaria, simultaneamente, na base da linguagem e da estética literária e jornalística. O procedimento narrativo, compreendido assim, pode ser, grosso modo, resumido ao ato de contar boas histórias, extraíndo-lhes os elementos potencialmente interessantes. Para tanto, recorre a ferramentas que também estão presentes na artesanaria do literário.

Daí a recomendação: “Tensão narrativa é essencial”. Acrescida da ausência de *lead*, o ensinamento impõe uma feição literária aos textos de *Esquina*.

Todavia, a exortação a escrever como se fosse um “continho” equivale menos a uma tentativa por aproximar as “esquinas” do registro literário do que a um convite para exercitar, nas histórias, a narrativa. Convite a explorar a tensão, a ambigüidade das personagens, o tempo, o espaço, o clima, o comportamento, o vestuário, as contradições entre fala e atitude - e, quando possível, o humor.

Assim, encontram-se jornalismo e humor, o sério e o riso, ainda que comedido. Na reportagem *Tragam as vassouras*, publicada na *piauí* número 13, lemos:

Os degraus da Madeleine não foram o primeiro alvo de Chaves. De 1998, ano da estréia, até 2004, a cerimônia foi realizada na Basílica do Sacré Coeur, no topo do bairro de Montmartre, mas uma divergência com a organização do evento obrigou-o a sair em busca de outra paróquia. Depois de tentar a Catedral de Notre Dame (sem sucesso, quem sabe pela falta de degraus), foi bater na porta da Madeleine. "Nem expliquei muito para o padre o que era o candomblé", conta. "Deixei a coisa meio por cima, porque não sou louco." Vencidas as burocracias, conseguiu-se autorização da polícia para que o cortejo desfilasse pelas ruas de Paris, e dali em diante a lavagem da Madeleine passou a fazer parte do calendário do verão francês. Segundo Chaves, não poderia haver igreja mais perfeita para abrigar a festa: "A Madeleine tem concertos de gospel, abre as portas para rituais, tem a cara da lavagem, porque a religião do candomblé não tem fronteiras, não tem preconceito, pai-de-santo é tudo gay, é um povo aberto, que fuma, que faz festa".

Novamente, nesse caso internacional, o humor deriva não da piada escrachada, do mero deboche. Vem da leveza, da ênfase na fala mais cômica, acrescentando-lhe um comentário ocasional.

Fica patente, também, que as “esquinas” não buscam replicar o modelo do jornalismo literário, emulando técnicas de ficcionistas. Utiliza, quando muito, um arcabouço técnico à disposição tanto de escritores quanto de jornalistas. Ou seja, a narrativa, um pressuposto comum do jornalismo e da literatura, é o que aproxima as duas linguagens. As ferramentas partilhadas, todavia, não tornam a atividade de reportar mais literária, menos jornalística. Consideradas essas questões, talvez soe redundante a

denominação de “jornalismo narrativo” sugerida por Salles.

Uma hipótese que levantamos aqui é a de que não há um jornalismo narrativo, tampouco literário, mas jornalismo apenas, que pode ser bom ou ruim, atraente ou desinteressante, categorias que, embora tão subjetivas e reféns do gosto particular quanto o são o literário e o narrativo, contribuem para colocar o jornalismo novamente no centro da discussão acerca de suas potencialidades expressivas. Agora, sem tomar de empréstimo qualificativos como literário ou narrativo ou gonzo ou novo jornalismo, cuja finalidade parece visar estender ao jornalismo algum atributo que, de outra maneira, não seria capaz de obter.

Chamamos atenção, novamente, para a constatação de Salles de que “esquinas” não têm lide nem sublide, o que reforça nossa hipótese de que as narrativas desenvolvidas nessa seção operam dentro do jornalismo, mas totalmente fora do conceito de notícia.

5. CONCLUSÃO

A partir do estudo de caso da seção *Esquina* em cinco edições da revista *piauí*, notamos a articulação de expressões do humor, conceituado por Vladimir Propp, teórico referido neste trabalho, e do sério, pressuposto inerente do fazer jornalístico depreendido do que afirmam estudiosos das comunicações citados anteriormente. Todavia, essa articulação das duas expressões é feita de modo mais sutil do que pressupunha nossa hipótese inicial.

O humor, nas “esquinas”, evidencia-se menos nos textos do que na escolha das personagens e das pautas. O que sugere um tipo de abordagem do cômico que, diante de situações ou personagens explicitamente inusitados e engraçados, opta pelo tratamento sério.

O risível é oriundo dessa dissonância. O humor advém da clara distinção entre forma de tratamento e natureza do conteúdo. Ora, em *Esquina*, quando o cômico apresenta-se inequivocamente, o caminho predileto é o relato preciso - demandando larga apuração -, que se faz acompanhar, eventualmente, de comentários debochados.

O riso e o risível, no mais das vezes, encontram-se diluídos nas entrelinhas, o que nos provoca a insistir na relação entre humor e jornalismo, que, ao menos nesse espaço, estão amalgamados. Sem se deixar embolar pelo escracho e a pilhéria, o humor

mais comedido permite enxergar o lado risível das personagens retratadas em alguns dos perfis publicados na seção, como o do ex-presidente Itamar Franco.

Nos textos de *Esquina*, pode-se entrever a reiteração de um modelo, espécie de jogo de armar, cujo degrau inicial é quase sempre a narração, em estilo literário, de algum aspecto curioso relacionado ao objeto da reportagem. Nisto reside parte da comicidade de que as “esquinas” se revestem. A outra parte deve-se, sobretudo, à escolha vocabular, índice de deboche mais distanciado; a comentários jocosos; e à natureza em si dos fatos registrados.

Portanto, verificou-se, nas narrativas, a recorrência de um tipo de escritura, de métodos e de procedimentos estilísticos. De modo geral, as reportagens de *Esquina* derivam de um único personagem, o qual terá ações, vestimenta, modos de ser e de se portar, marcas da fala e outras idiossincrasias esquadrihadas ao longo do texto. A escolha da personagem constitui, assim, um passo importante na elaboração de reportagens as características de uma “esquina”.

Nelas, o fato noticioso, diferentemente do anotado nos manuais de jornalismo, não se presta à estruturação a partir dos conceitos de *lead* e *sub-lead*, vez que a notícia funda-se, nas “esquinas”, menos no acontecimento do que nas circunstâncias. Em algumas, é o entorno da personagem que terá importância; em outras, dá-se o contrário: a força do relato encontra-se na personagem.

Um caso ilustra o que afirmamos. A “esquina” que trata do cotidiano de um síndico muito antigo de um prédio no centro do Rio de Janeiro. Nela, interessam tanto a personagem, o síndico, quanto as circunstâncias: as rotinas laborais. O relato opõe o rito monocórdio de trabalho e a satisfação que o síndico parece extrair dessa sucessão de tarefas pouco atraentes. O cômico, nesse texto, resulta do estratagema de contrastar a repetição das ações – arquivar papéis, ler papéis, classificar papéis – e a satisfação que a personagem parece obter executando-as.

O exemplo acima enseja uma observação acerca do caráter a-noticioso das “esquinas” – para o qual, em nosso trabalho, de maneira arbitrária, demos o nome de “desacontecimentos”. De fato, as narrativas agrupadas na seção ocupam-se de histórias que se afastam do universo de acontecimentos veiculados sistematicamente pelos jornais tradicionais, submetidos aos imperativos de tempo, massividade e espaço, mas também de perfil. Afinal, destinam-se a um espectro mais amplo de leitores.

No entanto, o que parecia apontar, em algumas “esquinas”, para um tipo de

relato a-noticioso, assume apenas outra roupagem, igualmente noticiosa, mas obedecendo a critérios diferentes dos empregados em suportes como jornais – segundo os critérios da revista.

É desse modo que as rotinas de trabalho de um síndico, um campeonato de entalhe em melancia, a lavagem das escadarias de uma igreja na França, uma roda de capoeira realizada em um templo evangélico e o fabrico de biscoitinhos da sorte podem ser relatados em forma de reportagem, sem prejuízo para a revista.

Não é, portanto, qualquer fato desimportante ou “desacontecimento” que servirá ao relato com tom de “esquina”. É qualquer fato ou “desacontecimento” que se encaixe no que deve ser uma narrativa para publicação em *Esquina*. A mera recomendação para que se reportem boas histórias, com personagens interessantes, únicos, que tanto mais seriedade exigirão quanto mais forem cômicos, estabelece, mesmo de forma vaga, o esboço de um critério jornalístico.

Vemos, assim, diferentemente do que supúnhamos inicialmente, um crivo do que será notícia na seção *Esquina*. É apenas em oposição à publicação massiva de informações que o caráter a-noticioso das “esquinas” pode ser sustentado.

REFERÊNCIAS

- AMARAL, Luiz. **A objetividade jornalística**. Porto Alegre: Sagra-Luzzatto, 1996.
- , **Jornalismo, matéria de primeira página**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2008.
- ERBOLATO, Mário L. **Técnicas de codificação em jornalismo**. São Paulo: Editora Ática, 1991.
- KUCINSKI, Bernardo. **Jornalistas e revolucionários: nos tempos da imprensa alternativa**. São Paulo: Scritta Editorial, 1991.
- LIMA, Edvaldo Pereira. **Páginas ampliadas – o livro-reportagem como extensão do jornalismo e da literatura**. São Paulo: Manole, 2004.
- MEDINA, Cremilda de Araújo. **Notícia: um produto à venda. Jornalismo na sociedade urbana e industrial**. São Paulo: Alfa-Omega, 1978.
- PENA, Felipe. **Jornalismo literário**. São Paulo: Contexto, 2008.
- PROPP, Vladimir. **Comicidade e riso**. São Paulo: Editora Ática, 1992.
- RIBEIRO, José Hamilton. **Realidade re-vista**. São Paulo: Realejo Edições, 2010.
- SANTOS, Roberto Elísio dos. **Humor e riso na cultura midiática – variações e permanências**. São Paulo: Paulinas, 2012.
- SCALZO, Marília. **Jornalismo em revista**. São Paulo: Contexto, 2011.
- SODRÉ, Muniz. **Técnica de reportagem. Notas sobre a narrativa jornalística**. São Paulo: Summus, 1986 (Novas buscas em comunicação, v. 14)
- VILAS BOAS, Sérgio. **O estilo magazine – o texto em revista**. São Paulo: Summus, 1996 (Coleção novas buscas em comunicação; v. 52)
- WEINGARTEN, Marc. **A turma que não escrevia direito**. Rio de Janeiro: Record, 2010.
- WOLFE, Tom. **Radical chique – o novo jornalismo**. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.
- VALENTINI, Géssica Gabrieli. **A liberdade para apurar os sentidos do mundo: a produção de reportagem na revista *piauí***. Florianópolis, 2011. Dissertação (mestrado) - Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de Comunicação e Expressão. Programa de Pós-Graduação em Jornalismo.

ANEXOS

VISITA A UM EX PRESIDENTE QUE PERDEU A ALMA

Desalentado, sem fervor patriótico, mas de lábios umedecidos

Itamar Franco esperava na porta da sala, às 15h30 em ponto, conforme o combinado. Antes mesmo de alcançar a mesa de reuniões, avisou: "Me chame de Itamar e de você. Não sou mais presidente, não sou senador, não sou ministro". Usava terno cinza, camisa de listas, gravata creme com estampas azuis e um broche com as bandeirinhas cruzadas de Minas Gerais e do Brasil. No pulso esquerdo, um lustroso relógio dourado. Mais magro que nos tempos da presidência, abandonou a armação estilo aviador e agora adota óculos ovalados pretos, da marca Giorgio Armani. O topete ainda se equilibra firme, mas dá a impressão de estar um pouco mais ralo.

Em seu escritório, no último andar do prédio do Banco de Desenvolvimento de Minas Gerais, em Belo Horizonte, onde desde março ocupa o cargo de presidente do Conselho de Administração, Itamar havia separado uma pilha de papéis. Eram recortes de jornal, um livro, Xerox de documentos e cinco folhas digitadas por ele próprio, nas quais registrara seus pensamentos sobre temas atuais, como éticas e assistencialismo. Mal se sentou, apressou-se em sacar uma dessas folhas.

Era um trecho copiado de um artigo de frei Betto. As primeiras sete linhas estavam realçadas. "Isso é o resumo do que eu sinto hoje. Vou ler só um pedacinho."

E começou: "Sofre-se, hoje, de utopia deteriorada, ceticismo, desencanto, que induzem muitos a se acomodarem tristes em seu canto". Tirou os olhos do papel e comentou: "É isso mesmo. Eu estou no canto, eu estou sentado no canto". Prosseguiu:

"O que resta da esperança quando já não cremos em líderes, partidos, doutrinas e ideologias?"

O que resta quando, à nossa volta, se fecham todas as portas e janelas?" Fez uma pausa, e finalizou: "Resta à amargura, o desalento, a repulsa ao poder".

Há quinze anos, Itamar assumiu interinamente a presidência, em substituição a Fernando Collor, a quem se refere como "presidente Fernando". Já o xará que o sucedeu é "Fernando Henrique". Nos dois anos e dois meses de seu governo, diminuíram

sensivelmente os escândalos e as denúncias de corrupção. Ao sair do Planalto, Itamar foi eleito governador de Minas Gerais, assumiu duas embaixadas - em Lisboa e Roma - e tentou, sem êxito, voltar ao poder. Com as mãos inquietas, pegando aqui e ali nos papéis, falou sobre a cena política: "Eu tinha certeza de que o Renan ia ser absolvido. Era tão óbvio. Um governo que vive de barganha, que emprega especialistas em barganhar, em vender promessas e favores... Isso tudo me desanima. Eu perdi o fervor político. Ainda tenho o patriótico, mas não sei até quando".

A bronca com o governo Lula é evidente. Mencionou nomeações de ocasião, bandalhas administrativas, descasos institucionais, ministérios de ficção e politicagens variadas. Em sua opinião, o governo está acabado. "Espero que o professor Mangabeira Unger ainda possa melhorar alguma coisa", disse. Para Itamar, a última inteligência do governo Lula foi José Dirceu, com quem ele conversa esporadicamente por telefone.

O amargor se acentuou quando fala do chanceler Celso Amorim, que esteve com Lula num comício em Juiz de Fora, depois de Itamar declarar apoio a Geraldo Alckmin. "Aquilo foi uma provocação", diz. "Nunca tinha visto ministro das Relações Exteriores em palanque. Aí, o sujeito vem para a minha cidade. Ministro Meu indicado por mim a pedido do José Aparecido... Deve ter esquecido a própria história." Em seguida, criticou Lula: "Ele fica dizendo que só reconhece, como ex-presidente, o Sarney. Que conversa fiada é essa? Dizer que é o único ético do país! "Tudo dele começa com 'pela primeira vez neste país". Daqui a pouco, dirá que foi ele quem abriu os portos, e não dom João VI".

No ano passado, Itamar anunciou que sairia candidato à presidência por seu partido, o PMDB, mas desistiu ao receber uma pesquisa que lhe dava apenas 6% das intenções de votos, menos da metade de Anthony Garotinho. Depois, manifestou o desejo de concorrer ao Senado.

O partido preteriu seu nome. No mês passado, sua última indicação política, o engenheiro José Pedro Rodrigues, perdeu a presidência de Furnas para o arquiteto Luiz Paulo Conde, que entende tanto de energia elétrica quanto de dietas. Itamar abdicou de recuperar um papel de político de destaque: "Seria preciso ter força, ânimo, e acreditar". Ilustra seu estado de espírito contando o encontro com um poeta mineiro. "O Roberto Medeiros me perguntou: 'Itamar, cadê a sua alma?' Eu fiquei pensando. E vi que a minha alma está perdida por aí. Eu ainda não a encontrei", concluiu pesaroso.

Entrou na sala o ex-ministro Henrique Hargreaves, seu escudeiro desde tempos imemoriais. "Isso são horas?", perguntou o ex-presidente, batendo o indicador no mostrador do relógio. Durante o governo Itamar, estourou no Congresso o caso dos anões

do Orçamento. A certa altura, Hargreaves, então chefe da Casa Civil, teve seu nome envolvido. Itamar o afastou imediatamente. Hargreaves reassumiu somente quando toda suspeita havia sido dissipada.

Lembraram-se de que foi Itamar Franco o primeiro governador de oposição a apoiar a candidatura de Lula à presidência. "A pessoa que eu conheci, tinha uma coisa bonita nele, uma simplicidade, era um ser humano afável. Agora ele perdeu toda a humildade, avançou socialmente, e, tristemente, virou um arrogante", disse Itamar.

Apesar de ter direito a vencimentos como ex-prefeito e ex-governador, Itamar os dispensou. Seus ganhos se resumem a uma aposentadoria proporcional como senador e ao salário de dez mil reais do BDMG. Antes de assumir o cargo de conselheiro no banco, Itamar vivia nas profundezas do ostracismo.

Passava as horas cuidando da organização do Instituto Itamar Franco, em Juiz de Fora, duas salas alugadas - pagas do seu bolso - que abrigam um pequeno acervo de vídeos, discursos e fotos sobre sua trajetória política. "Eu não sou o Fernando Henrique, que consegue doações." Os visitantes, bastante eventuais, são geralmente alunos de alguma escola da cidade.

No âmbito conjugal, a vida fluía (e flui) em águas tranqüilas. Há seis anos está casado com a major da Polícia Militar Doralice Lorentz, de 42 anos. Conheceram-se quando ela trabalhava como sua ajudante-de-ordens no Palácio da Liberdade, à época em que foi governador de Minas, entre 1999 e 2003. Como ex-presidente, Itamar, hoje com 77 anos, tem direito a ajudante-de-ordens e motorista. Doralice continua a desempenhar a primeira tarefa, pela qual é paga mesmo depois da união, comemorada com um jantar para amigos íntimos e familiares no apartamento de Belo Horizonte.

O casal mantém apartamento também em Juiz de Fora. Quase todo fim de semana, Itamar e Doralice voam para o Rio, onde se hospedam no Leme, num três-quartos emprestado. No balneário, relaxam e passeiam de mãos dadas pelos shoppings centers. "O Itamar adora shopping, né, Itamar?", perguntou Hargreaves.

"É, gosto, sim. Tem muita livraria, a gente passeia. Gosto muito", confirma o ex-presidente. Também costuma sair com o irmão, que é médico, e almoçar na churrascaria Porcão. Ultimamente, anda pensando em visitar a filha nos Estados Unidos (a outra mora no Espírito Santo).

A última vez em que saiu de férias já faz quase dois anos. Ele e a mulher passaram duas

semanas em Cabo Frio.

Um político do PSDB mineiro lembra como foi a indicação do ex-presidente para o BDMG: "O Itamar pediu que lhe arrumassem alguma coisa, estava se sentindo desprestigiado, esquecido lá em Juiz de Fora. O Aécio foi muito pragmático. É melhor ter o Itamar perto e satisfeito do que distante e falando mal da gente". A função exige a presença dele em pelo menos uma reunião por mês. "Eu venho mais vezes porque trabalho em vários projetos diretamente com o presidente do banco", explicou.

Uma secretária veio trazer uma bandeja com suco de pêssego light, café e pasteizinhos fritos. Só Hargreaves come. O assunto nessa hora tinha rumado para Fernando Henrique. "O sucesso é solidário e o fracasso é solitário", sentenciou Itamar, insistindo em que é preciso provar aquele pastelzinho. Enumerou conquistas de seu governo que acredita terem sido faturadas por outros políticos. Citou o caso dos medicamentos genéricos - "Quem começou isso foi o meu ministro da Saúde, o Jamil Haddad" -, que caiu na conta de José Serra. Lembra também o que chama de "distorção da CPMF"; a "contribuição provisória", inventada em sua gestão, deveria durar apenas até 1994. Mas nada se compara ao que houve com o Plano Real. Ele reclamou: "Falam assim: 'Esse Itamar é um bobo'. Vai ver que eu sou mesmo. Eu deixei o Fernando Henrique criar essa mística toda em torno dele". Limpou a garganta e seguiu em frente: "Quem fez tudo no Real foi o Ricupero". (Rubens Ricupero foi seu ministro da Fazenda entre março e setembro de 1994.)

O ex-presidente diz que lê pouco jornal, mas acompanha o noticiário pela Globo News. Também gosta de programas do History Channel. Novelas, seriados não são com ele. "Outro dia, veio um ex-ministro meu aqui e me perguntou se eu sabia quem tinha matado a Taís. E eu sei lá quem é Taís? Depois fui ver que é a moça de uma novelinha. Esse meu ministro falou que estava mais interessado em saber quem matou a Taís do que em saber do Renan", se espantou. Há quem diga que lhe sobram os estereótipos: o Fusca, o pão de queijo e o suposto desdém pela vida em Roma. Ele retruca. "Um dia, vi um sujeito falar:

'Ai, que saudade de pão de queijo...' Eu perguntei: 'Cê tá com saudade de mim ou é da comida?'" Quanto ao Fusca, sua visão é mais do que pragmática. Referindo-se ao atual ministro do Desenvolvimento e ex-executivo da Volkswagen, diz: "Pergunta ao Miguel Jorge o que ele acha do Fusca. A indústria automobilística brasileira estava no fundo do poço. A idéia do carro popular reviveu a indústria no Brasil". A respeito da embaixada na Itália, Hargreaves tomou a frente para responder: "Sabe o que foram todas aquelas críticas? Esse pessoal do Itamaraty ficou com bronca do Itamar porque ele não oferecia jantar, recepção, esses rapapés". O ex-presidente acompanha de soslaio: "Olha para mim: você acha que tem alguém no mundo que não ia gostar de Roma? Agora, essa coisa de

jantar, isso eu não dava mesmo, não".

É o final da conversa, mas ele ainda quer esclarecer um ponto: "Falam que eu guardo o ódio na geladeira. Eu não tenho ódio, mágoa, nada, de ninguém. Nos últimos anos, aprendi a umedecer os lábios". É enigmático. "Está na Bíblia. Você umedece os lábios, mas não fala." Na porta, Itamar se despede com dois beijinhos. Sente-se, de leve, um cheiro de lavanda masculina que remete a alguma década distante: "Pode escrever mal de mim. Eu não ligo, não".

O CONTRABANDISTA DE AR

Se você for assaltado por um guatemalteco, relaxe: pode ser arte

Evanilson é o único segurança do lado de fora do armazém A7 do Cais do Porto, em Porto Alegre. Por trás da porta metálica enferrujada onde ele monta guarda, estão 500 caixas do tamanho de engradados de cerveja. As caixas vieram de Ciudad del Este, no Paraguai. Foram embaladas numa saleta de chão de ladrilhos bege por quatro capangas do bando de um contrabandista chamado Moreno. Ao raiar do dia, foram transportadas através de um matagal denso. Cruzaram o rio Paraná numa canoa mambembe, conduzida por um paraguaio de olhos rasgados e as iniciais USA estampadas na camiseta. Viajaram de Foz do Iguaçu até a capital gaúcha num caminhão de mudanças. E agora estão meticulosamente empilhadas, ainda envoltas no mesmo plástico preto, sobre um estrado de madeira clara.

As caixas podem ser vistas, desde o dia 1º de setembro, e ali continuarão, naquele mesmo armazém, na mesma posição, intocadas, embrulhadas, guardadas pelo mesmo Evanilson, até um dia predeterminado: 18 de novembro. Depois disso, toda a carga contrabandeada por Moreno, a mando de um guatemalteco, irá para o lixo. É nessa data que termina a 6ª Bienal do Mercosul, um dos destaques do calendário brasileiro das artes plásticas. Na edição deste ano, o evento gaúcho reúne trabalhos de 67 artistas de 23 países. São pinturas, fotografias, desenhos, vídeos, esculturas, instalações - e as caixas de papelão contrabandeadas de Ciudad del Este, batizadas por Aníbal López de Escultura Passada de Contrabando do Paraguai ao Brasil. Aliás, Aníbal López, não. Há dez anos ele abandonou o nome e adotou o pseudônimo A-1 53167, seu registro no documento de identidade da Guatemala, país onde nasceu e vive.

Até esta edição da Bienal do Mercosul, A-1 - vamos abreviar seu nome - jamais havia arquitetado um contrabando. Seu curriculum vitae, entretanto, já incluía, entre outras peripécias, um assalto à mão armada. Há sete anos, de pistola em punho, ele abordou um

transeunte numa rua elegante da Cidade da Guatemala.

Com o dinheiro do bote, alugou uma galeria de arte, imprimiu convites, comprou vinho branco ruim e chamou críticos, connaisseurs de arte e outros comedores de petit-four para admirar uma obra literalmente única: um papelzinho no qual se lia: Empréstimo: No dia 29 de setembro realizei uma ação que consistiu em assaltar uma pessoa com aparência de classe média [...] dizendo a ele que isso não era um assalto, era um empréstimo, e que eu devolveria o dinheiro em linguagem visual para seus filhos. Esta obra está sendo patrocinada pelo homem que foi assaltado. Por um desses mistérios insondáveis da arte, o artista não foi em cana. No ano seguinte, 2001, A-1 representou seu país numa das mostras mais prestigiadas das artes plásticas mundiais, a Bienal de Veneza. Foi um dos premiados.

A-1, nascido em 1964, é um homem corpulento cujos olhos indígenas, herança da bisavó maia, são emoldurados por óculos de aros negros e lentes grossas. Nunca tinha exposto no Brasil. No final do ano passado, ao ser convidado pela Bienal do Mercosul para fazer um trabalho sobre a região da chamada Tríplice Fronteira, viajou a Ciudad del Este. "Tudo por lá era de uma chatice sem fim. Até que tomei conhecimento do contrabando", relembra com ar compenetrado, como alguém que se recorda de algo acontecido há décadas.

Depois de várias tentativas de se enturmar com o pessoal da muamba, A-1 já começava a buscar outras idéias para a exposição. Na véspera de retornar à Guatemala, pegou um táxi em Foz do Iguaçu e comentou com o motorista sobre a dificuldade de arrumar um bom contrabandista. "Duas horas depois eu estava tomando vinho e comendo churrasco com o bando do Moreno", ri. O mais difícil, diz A-1, foi convencer os meliantes a aceitar aquela "coisa de doido": transportar caixas de papelão vazias.

Isso: vazias. O que suscita a pergunta: se a polícia pegasse os contrabandistas, poderia prendê-los? "Bueno, se considerassem que eram caixas vazias, creio que não. Mas se chegassem à conclusão de que era uma escultura, talvez fossem todos em cana", especula o artista. Para o bem da sanidade mental dos guardas de fronteira, os contrabandistas não foram pegos, e as caixas chegaram sem sobressaltos ao Cais do Porto, onde se exibem ao público sob os olhos vigilantes do segurança Evanilson. A quem lhe pergunta: "E aí, Evanilson, que tal essa pilha de caixas aí atrás?", ele responde: "Ah, eu conheci o Aníbal. Gente fina. O Aníbal é muito fluente".

TRAGAM AS VASSOURAS

Do subsolo do Palais de la Bourse, centro de conferências no miolo de Paris, iam brotando

os 800 participantes do congresso mundial de cabeleireiros. Foram surpreendidos pelo banzê na rua. Era domingo, 9 de setembro. Atabaques e tambores espalhavam ritmos brasileiros na praça diante do prédio. Baianas em farfalhudos trajes brancos, bailarinos e músicos do maracatu Oju Obá e percussionistas da Batucada Batalá se misturavam a brasileiros de todas as idades. "Inacreditável, toda essa cultura! Inacreditável! Soberbo!", exaltava-se o alemão Klaus Peter Ochs, grão-mestre da Ordem da Cavalaria dos Cabeleireiros e presidente da Intercoiffure Mondial, uma associação internacional da categoria.

O fuzuê era causado por uma cerimônia que há algumas temporadas espanta os transeuntes franceses: a lavagem das escadarias da Igreja da Madeleine, ritual importado da Bahia, onde é realizado em homenagem ao Senhor do Bonfim. O idealizador da festa franco-brasileira é o cantor e bailarino Robertinho Chaves, baiano de Santo Amaro, desde 1991 em Paris. "Eu vendia picolé em Salvador, fui office boy do Gilberto Gil, nunca imaginei que ia representar o meu país no exterior. Já entrei para a história do Brasil, porque essa lavagem vai se espalhar por outros países e eu sou o primeiro que fiz". Chaves se estufa de orgulho.

Os degraus da Madeleine não foram o primeiro alvo de Chaves. De 1998, ano da estréia, até 2004, a cerimônia foi realizada na Basílica do Sacré Coeur, no topo do bairro de Montmartre, mas uma divergência com a organização do evento obrigou-o a sair em busca de outra paróquia. Depois de tentar a Catedral de Notre Dame (sem sucesso, quem sabe pela falta de degraus), foi bater na porta da Madeleine. "Nem expliquei muito para o padre o que era o candomblé", conta. "Deixei a coisa meio por cima, porque não sou louco." Vencidas as burocracias, conseguiu-se autorização da polícia para que o cortejo desfilasse pelas ruas de Paris, e dali em diante a lavagem da Madeleine passou a fazer parte do calendário do verão francês. Segundo Chaves, não poderia haver igreja mais perfeita para abrigar a festa: "A Madeleine tem concertos de gospel, abre as portas para rituais, tem a cara da lavagem, porque a religião do candomblé não tem fronteiras, não tem preconceito, pai-de-santo é tudo gay, é um povo aberto, que fuma, que faz festa".

Na praça, a agitação é cada vez maior. Pai Poty, do terreiro Ilê Axé Oju Onirê, de Santo Amaro, se concentra em fazer um despacho a Exu, para garantir que a procissão ocorra sem transtornos. Ao som da percussão, as frondosas baianas se põem a dançar em círculos. Mãe Simone Logun-Edé, girando sem parar, traz uma pequena bolsa Louis Vuitton pendurada no ombro. "Jogo búzios e cartas. Já fui no SBT, no Jô Soares, e agora estou aqui fazendo previsão. Sou baiana, mas meu barraco é no Rio", conta, de um fôlego só. Aproveita para fornecer o endereço completo, CEP inclusive, aos interessados em saber o que o destino lhes reserva. E a bolsinha? "A Louis Vuitton é daqui mesmo. É francesa!", exclama, e volta a rodopiar. Pai Poty abre caminho entre as pessoas que observam o despacho. Joga farinha de dendê e derrama cachaça no asfalto, sob o olhar

curioso dos policiais encostados em suas motocicletas.

O trio elétrico, com Margareth Menezes a bordo, abre os trabalhos à moda de Jimi Hendrix. Ouve-se o Virundum ao som de acordes estridentes de guitarra elétrica. O cortejo enfim evolui rumo à Madeleine. Um estandarte exibe a inscrição: "Levada do forró do jegue. Vem lá da Ribeira! Brasil!" No caminho atravessará a Place Vendôme, endereço exclusivo de milionários e do Hotel Ritz. Integrado à pajelança, o presidente do Flamengo, Márcio Braga, parece momentaneamente esquecido de que na véspera seu time sofreu uma goleada de 3 a 0 do Internacional. "Vim a trabalho, para tratar com franceses, ingleses e americanos do novo estádio do Flamengo, mas não podia perder isso aqui, sou de carnaval", ele diz. Havia uma segunda motivação: sua filha, Márcia Braga, era uma das organizadoras da festa. Em frente à Opera Garnier, o cordão de brasileiros canta a plenos pulmões: "Madalena chorava/ Sua mãe consolava/ Dizendo assim/ Pobre não tem valor/ Pobre é sofredor/ E quem ajuda é o Senhor do Bonfim".

Já próximo à Madeleine, Pai Poty solta o grito: "Ô Jean, cadê a vassoura?" Jean, outro organizador, responde: "Tá chegando!" Um alienado quer se informar: "Para que vassoura?" "Que pergunta: pra varrer a escada! Tinham que ter comprado cinco vassouras, mas esqueceram", queixa-se o babalorixá. No topo da escadaria, um tiquinho nervoso, o padre Ponsard aguarda a chegada do grupo de brasileiros. É a sua estréia na cerimônia. Tem companhia. A seu lado, o padre Berson, ex-pároco da igreja e habitué da lavagem, fez questão de estar presente para ajudar na passagem do bastão - no caso, do cabo de vassoura.

A lavagem dura menos de dez minutos. Uma dúzia de baianas despeja um balde de água escadaria abaixo e, com as vassouras finalmente compradas na esquina, dão umas varridas mais para simbólicas do que para higiênicas. Pai Poty dá prosseguimento ao ritual com cânticos afro-brasileiros. O padre Ponsard é solicitado a rezar o pai-nosso em francês. No microfone, tímido, avisa que a lavagem une o Brasil à França "num elã de fervor". Nesse momento, as baianas de prontidão erguem jarras prateadas e despejam água perfumada na cabeça dele. Hélas! As equipes de televisão bobeiam e perdem a imagem, e ele é obrigado a aceitar uma segunda bênção. "Como não estava frio, não foi um problema", disse depois, com os cabelos ensopados e ainda meio zozzo. Para o padre, "diferente" é uma palavra fraca para definir sua primeira experiência brasílio-religiosa. Acrescenta: "A purificação que fazemos no início da nossa missa não é tão copiosa". C'est vrai.

QUANTO COSTA?

A farra imobiliária de Natal

Não são poucas as pessoas que têm inveja de Marcelo de Oliveira e Gilvanísia Medeiros. Ela tem um celular tão dourado quanto a cor do seu cabelo, comprado (o celular, não o cabelo) na quarta das viagens que fez à Europa, só neste ano. Foram viagens para atrair mais negócios "e, claro, para me divertir e gastar, que ninguém é de ferro. Só gosto do que é bom e trabalho honestamente para isso. Um instante: Helloooo, honeeeey!" O honey do outro lado da linha provavelmente é italiano. Gilvanísia cuida dos italianos. Já Oliveira se especializou em escandinavos e portugueses. Os dois são corretores imobiliários em Natal. Na verdade, corretores não, já que operam fora do enquadramento legal da profissão. Não aparecem nos cadastros do CRECI-RN, o Conselho Regional de Corretores de Imóveis do Rio Grande do Norte, que tem hoje 2600 afiliados. Ambos preferem se apresentar como "corretores de negócios". Os 2600 afiliados morrem de ciúme.

Natal é pródiga em invasões. Por lá viviam, na santa paz, os índios potiguaras. A primeira leva invasora foi a dos portugueses, que puseram os índios para correr. Em seguida vieram os franceses, que puseram para correr os lusitanos, os quais acabariam voltando, apenas para serem corridos novamente pelos holandeses, que por lá passaram 21 anos de muita serenidade. Quando tudo finalmente parecia resolvido, e Natal se acostumava a uma vida sem forasteiros, chegaram os americanos. Construíram ali a maior base militar fora dos Estados Unidos durante a II Guerra Mundial. Houve festa, milk-shake, chiclete e muita farra. A cidade prosperou, mas a bonança durou pouco. Natal mergulhou na cava depressão de quem se vê subitamente solitário.

Esse era o estado geral das coisas até o início do século XXI. Há uns cinco anos, o mundo redescobriu Natal. Voltaram os portugueses, e vieram também os italianos, os espanhóis e os noruegueses (estes últimos, segundo consta, para lavar dinheiro). Não mais a bordo de caravelas, mas em vôos fretados. De acordo com a Infraero, de janeiro a junho deste ano, 117 531 estrangeiros desembarcaram na cidade (Natal tem 700 mil habitantes). Dispostos a gastar - e com o euro valorizado -, eles são recebidos com pompa e circunstância por comerciantes, taxistas, guias turísticos, garotas de programa e corretores de imóveis, legais e ilegais. Ambulantes vendem água de côco em norueguês e potiguares publicam, nos jornais locais, anúncios de locação de imóvel só em língua de gringo.

Tal influxo de europeus fez o preço dos imóveis explodir. Esta sim é uma bolha imobiliária. Qualquer terreno, de uma casa a uma granja, desde que perto do mar, desperta a concupiscência de estrangeiros à cata de sol. No início do ano, um senhor espanhol se interessou por uma casa perto da Ponta Negra, a principal praia da cidade. O dono não tinha a intenção de vendê-la e, para se livrar do chato, pediu um valor que considerava absurdo: não se desfazia do imóvel por menos de 100 mil. O espanhol, relutante, contra-atacou com uma oferta de 85 mil. O dono arregalou os olhos e percebeu que havia subestimado o valor do seu lar. Conversa vai, conversa vem, fecharam em 90 mil. A

caminho de assinar o contrato, o proprietário ponderava, feliz como uma criança: "Em circunstâncias normais, minha casa, com terreno de 100 metros quadrados, não alcançaria nem 30 mil reais. Nunca". Tinha feito o negócio da sua vida. Mais exatamente, de duas vidas: ele não tinha se dado conta de que o espanhol não estava negociando em moeda brasileira. Saiu da corretora com 90 mil euros no bolso. (Mais precisamente, na maleta.) Cash: 320 mil reais. Tanto ele como o corretor preferem manter o anonimato, para evitar olho gordo.

Os espanhóis têm feito a alegria de muitos nativos. Um executivo de Natal vendeu a um deles seu terreno de 400 metros quadrados, sem energia elétrica e sem água encanada. Recebeu, no ato, 215 mil reais. Dez anos antes, a área tinha sido comprada por um décimo do valor. O executivo - mais um que morre de medo de olho gordo - não se lembra de nenhum outro negócio com retorno financeiro tão grande.

Eduardo Guilherme, há 27 anos no ramo, diz que metade dos seus negócios já são realizados entre natalenses e estrangeiros. Em média, são 45 imóveis por mês que acabam na mão de europeus. É nesse filão que garimpam Marcelo de Oliveira e Gilvanísia Medeiros.

"Com o que esses gringos despejam de dinheiro aqui todo ano, dá pra fazer um bom pé-de-meia. Rico a gente não fica", diz Oliveira, "porque gente honesta não fica rica nesse país. Mas dá para se arrumar na vida." De fato, ele se arrumou. Orgulhoso, exibe o novo carro zero quilômetro, o notebook de última geração e suas pulseiras de ouro, concorrentes do celular dourado-estupefaciente de Gilvanísia. Boa hora aquela em que decidiu largar os mil e poucos reais que ganhava como sargento da Aeronáutica. Entrou no negócio por acaso. Em 2002, vendeu a casa de praia da família para um italiano. Enxergou ali um caminho. Embora seu português não seja propriamente o recomendado pela Academia Brasileira de Letras, ele não está preocupado em aprimorar seus conhecimentos da língua pátria. Mais útil é aprender italiano. Foi o que fez, num curso no Senac. "Não completei por falta de tempo, mas já sei o básico. Va bene, Che facciamo? e coisa e tal. Além do mais, quem é que não entende a linguagem do dinheiro?", pergunta sorrindo.

O telefone toca. Com sotaque nordestino carregado, Marcelo de Oliveira não se constrange em maltratar as línguas estrangeiras. "Rée-lôu! Vá beni, vá beni. Má che coisa, hein?"

QUEM RONCA MAIS ALTO ADORMECE PRIMEIRO

No caso de você não ser rã, saia do fundo desse poço

Os sócios e amigos Douglas, Renato, Binho e Ângelo acabam de chegar a um restaurante da capital paulistana, depois de encerrar a reunião quinzenal em que discutem os negócios. É um estabelecimento que participa da promoção de uma rede de cartões de crédito. O cliente paga a conta com o cartão e ganha um biscoito, dentro do qual poderá ter a sorte de encontrar a mensagem premiada. O quarteto se entusiasma, na expectativa de um deles ser o felizardo a levar para casa uma panela de cor azul ou laranja, a escolher. Chega a hora crucial: a sobremesa, acompanhada do biscoitinho. A sorte, infelizmente, não lhes sorri. O sonho de ampliar o arsenal de utensílios culinários fica para mais tarde.

Menos mau. Seria difícil convencer os organizadores de que esta não era uma promoção de biscoitos marcados. Afinal, são eles, os quatro amigos, os fabricantes da guloseima. "Quando é para uma campanha assim, as mensagens são auditadas e a distribuição é feita pelo cliente", esclarece Sahib Tsuzaki, o Binho, a quem compete tocar o dia-a-dia da fábrica e supervisionar a produção mensal de 1 milhão e 200 mil biscoitinhos da sorte, distribuídos por todo o país. É a bem-aventurança indo ao encontro do povo.

Os sócios, todos de ascendência japonesa, começaram a produzir os biscoitinhos há onze anos, artesanalmente, para atender ao restaurante de telentrega China in Box, na época com três lojas. Em pouco tempo, a rede de comida chinesa disparou e se tornou impossível suprir a demanda à maneira antiga, biscoito a biscoito. Douglas, Renato, Binho e Ângelo compraram uma máquina nos Estados Unidos e montaram a fábrica, na rua Alvarenga Peixoto, na Lapa. Um tanto exoticamente, batizaram o empreendimento de Hakuna Matata, nome que pode soar vagamente japonês, mas vem do idioma suaíli, foi popularizado pelo desenho animado Rei Leão e significa "Nada de preocupações!". Hoje com treze funcionários, são os maiores produtores de biscoitos da sorte no país.

A cada dia, as quatro máquinas têm capacidade de produzir 60 mil unidades, que abrigam, em seu interior, as tirinhas de papel de 7 centímetros de comprimento por 1,5 de largura, acomodadas em 5 gramas de massa doce. De um lado, o papelzinho anuncia a boa-nova; no outro, traz uma seqüência de seis números, de 1 a 60. É uma combinação randômica para serventia dos apostadores da Mega-Sena. "Nós paramos de imprimir as dezenas por um tempo, mas tivemos tanta reclamação que fomos obrigados a voltar atrás", explica Binho. Vitória do consumidor. Ou, ao menos, a daquela parcela que se sentiu lesada na hora da fé. A maioria, porém, só se interessa pela frase auspiciosa. O que não é mau, porque, se todos levassem a sério sugestões numéricas em biscoitos da sorte, o concurso 529 da Mega-Sena teria tido mais 169 500 vencedores, número de pessoas que receberam, com a sobremesa, a tirinha com a seqüência 01, 13, 33, 38, 45 e 56, sorteada em 14 de janeiro de 2004.

Bastou as bolinhas saltarem dos globos para a Caixa Econômica Federal se ver diante do inesperado: quinze pessoas haviam acertado as seis dezenas. Todos os ganhadores

moravam no Nordeste. Efetuada a investigação para detectar fraudes e possível formação de quadrilha, o inquérito concluiu, singelamente, que os quinze haviam apostado nos números de biscoitos da sorte fabricados por um senhor chamado Fong Yu, dono de uma cadeia de restaurantes chineses que se espalha pelo Nordeste. Sorte deles, e dos quatro sócios da Hakuna Matata. Embora os biscoitos premiados não tenham sido fabricados por eles, nunca se vendeu tanta mercadoria. Houve, inclusive, uma migração de pontos-de-venda: "As lotéricas passaram a dar de brinde para os clientes", conta Douglas Kitagawa, nostálgico.

Uns buscam sua fortuna nos biscoitos, outros nem ligam. Segundo Renato Watanabe, os consumidores se dividem em três grupos: os que partem o biscoito, lêem a mensagem e comem o quitute; os que partem, comem e depois lêem; e os que apenas comem, com a mensagem e tudo. Esses literalmente engolem a própria sorte. Dos que lêem, há quem ache graça, discorde, ignore ou leve a frase mais a sério do que se aconselharia. Por isso, cada vez que uma frase dá problema, é expurgada da coleção.

No começo, as mensagens eram importadas dos Estados Unidos. Já vinham em português, impressas, mas a tradução literal do inglês gerava confusão. O pessoal abria o biscoito, não compreendia nada e reclamava. A campeã de críticas, rapidamente retirada de circulação, era esta: Em Deus nós confiamos, os outros pagam à vista. Todos os sorteados a encaravam como um espessíssimo enigma teológico. Provavelmente derivava do dístico da moeda americana, In God we trust, mas vá lá saber. Por via das dúvidas, os estrategistas da Hakuna Matata decidiram deixar o Altíssimo fora dos negócios. "Resolvemos eliminar qualquer frase com a palavra Deus", explica Renato, "para evitar complicações."

De modo geral, o mais sábio é apostar em sentenças como Aquele que ronca mais alto adormece primeiro, A tempestade arranca a árvore solitária, Esteja a cavalo quando for procurar um cavalo melhor, Não aja como uma rã sentada no fundo do poço -, que podem carecer de substância, mas atrapalhar, não atrapalham. Algumas têm até origem certificada: vêm diretamente do milenar repertório de imprecisões do I-Ching. Lê-se nelas o que bem se entende.

Mas mesmo exercendo máxima cautela, o que parece céu de brigadeiro pode virar tormenta. Frases inofensivas podem gerar um verdadeiro estardalhaço. Entram imediatamente para o index proibitorum dos dizeres da sorte. Foi o que aconteceu com Você vai receber uma herança. Quis o destino que ela fosse parar nas mãos de um menino de 13 anos, filho temporão. Como os pais já eram sexagenários, o moleque achou que ia ficar órfão ali mesmo e desatou numa crise de choro em pleno restaurante. Nem comeu o biscoito.

EXTRA! EXTRA! FLAMENGO CONTRATA MARADONA!

Garrincha garante que o craque dá conta do recado

Depois de mais uma temporada vitoriosa na qual foi o vice-artilheiro do campeonato, Maradona resolveu mudar de time. Agora joga no Flamengo. Poderia ter ido para o Botafogo ou - santo Deus, que os torcedores do Boca Juniors nunca saibam disso - até para o River. Só que preferiu o Flamengo.

Mas vamos aos pingos nos is: Botafogo Esporte Clube, e não Botafogo de Futebol e Regatas, o time de Garrincha e Nilton Santos. River Atlético Clube, e não Club Atlético River Plate, o grande rival portenho do Boca Juniors, time do coração de Maradona. E Esporte Clube Flamengo, e não Clube de Regatas do Flamengo, aquele da Gávea. Nada de Rio de Janeiro ou Buenos Aires. Estamos em Teresina. Foi só terminar o último jogo da temporada, que culminou com a queda do Esporte Clube Flamengo para a segunda divisão, que Everaldo Cunha, presidente do rubro-negro piauiense, correu para conversar com o craque canhoto, autor de pelo menos 200 gols, segundo as contas do próprio artilheiro.

O Maradona piauiense na verdade é maranhense, nascido em Bacabal. Joga desde que se entende por gente, mas foi aos 18 anos que resolveu transformar em meio de vida o seu poderoso chute com a canhota. Antes disso, já era Maradona. Ainda miúdo, nas escolinhas de futebol, os colegas ficavam impressionados com a perna esquerda de Aldides Barroso de Castro. E, como o nome dele não era lá tão fácil de aprender, Maradona foi ficando. Hoje só quem chama Aldides de Aldides é a família. Mesmo assim, raramente.

O cenário futebolístico do Piauí tem os seus exotismos. Na terra em que Maradona joga no Flamengo, Garrincha é um respeitado comentarista esportivo. O papa das páginas de esporte da imprensa nativa ganhou o apelido porque é a cara do gênio das copas de 58 e 62, inclusive nas pernas tortas. Como o Garrincha original, o xará também ama os gramados e entende do riscado. Ele garante: Maradona, além de homem sério, joga que é uma beleza. Foi esse jogão que motivou o cartola do Flamengo a não hesitar na hora de contratar o carrasco que lhe dava pesadelos. "Fui logo senão levavam ele", justifica o presidente rubro-negro.

Segundo Garrincha, aos 37 anos Maradona é cobiçado por todos os times das redondezas. Com ele em campo, é certeza de vários gols a cada partida. E ele ainda leva vantagem sobre muito jogador mais novo, porque não fuma e não bebe. Homem regrado, Maradona é casado há vinte anos com Francisca Reyjane dos Santos Moraes, conhecida como Loura, que também joga profissionalmente no futebol piauiense. O casal amantíssimo tem dois

filhos: Tamyra Tércya, que aos 15 anos já é íntima dos gramados e da bola, e Tales Tyrone, pimpolho de 10 anos de quem se supõe que: a) em breve também estará dando seus chutes; b) que, a exemplo de Aldides, também receberá um apelido.

Com a legítima autoridade de craque, Maradona não se furta a dar uns palpites sobre a seleção brasileira. Na opinião dele, o melhor jogador atualmente é Kaká. "Tem habilidade, velocidade e técnica", analisa. Ronaldinho Gaúcho? "Até antes da última Copa eu achava ele o melhor do Brasil, mas me decepcionei", confessa com uma ponta de melancolia. Alguma palavra sobre Ronaldo, o Fenômeno? Severo, sem um segundo de hesitação: "Na minha seleção ele não joga". Sobre as promessas para a próxima Copa, Maradona acredita em Alexandre Pato, que trocou recentemente o Internacional de Porto Alegre pelo Milan, e em William, que, aos 18 anos, deixou o Corinthians e foi dar pontapés na Ucrânia, num time chamado Shakhtar Donetsk: "Esses dois são muito bons".

O presidente do Esporte Clube Flamengo fez exigências ao novo contratado: "Pelo menos, que ele meta nos outros tanto gol quanto já meteu em nós - mais de quinze! Já estava de bom tamanho. Mas se fizer o dobro, aí está perfeito". Se depender do histórico e da fama de Maradona, a torcida do Mais Querido - epíteto do rubro-negro piauiense - pode ficar sossegada. Aos outros times, só restará correr atrás de um Manga, de um Yashin, de um Banks ou, vá lá, de um Taffarel.

TUDO MÊS ELE FAZ TUDO SEMPRE IGUAL

A extraordinária capacidade de amar papéis

Segunda-feira. Pendura o paletó. Pega a pasta amarela em cima da mesa. Verifica se os porteiros, o vigia e o faxineiro assinaram o documento. Certifica-se de que o pagamento foi feito. Dá-se por satisfeito.

Terça-feira. Pendura o paletó. Abre a pasta vermelha. Perscruta o documento que comprova o pagamento dos serviços prestados pela empresa de manutenção do elevador. O carimbo está lá. Continua satisfeito.

Quarta-feira. Afrouxa a gravata. Abre a gaveta. Corre o dedo pelas pastas. Ao encontrar a divisória correta, arquiva o comprovante da última dedetização. Está satisfeitíssimo.

Maçante? Possível materialização da chatice propriamente infernal? Não para Jayme Duarte, 83 anos, síndico há quase 38 do edifício Conde dos Arcos, um prédio comercial de doze andares no centro do Rio de Janeiro.

"Põe aí, Patrícia" - Patrícia é a secretária dele: "Prezados condôminos, venho por meio desta solicitar-lhes que não joguem objetos, sobretudo pontas de cigarro, pela janela de suas senhorias. Essa atitude põe em risco quem passa na calçada e quem está no prédio, pois pode provocar queimaduras e iniciar incêndios. Atenciosamente, o Síndico". Documento impresso, ele relê o texto, aprova, assina embaixo e pede que o comunicado seja afixado no quadro de avisos. Providência urgentíssima, tomada com a celeridade com que um mocinho saca o revólver tão logo percebe a aproximação do bandido. No caso, da bandida: uma guimba incandescente que entrou pela janela do inquilino do 402, ameaçando a integridade física não só do condômino, mas do próprio prédio. "Isso não pode acontecer", admoesta o síndico, com ar de pouquíssimos amigos.

Tal presteza e capacidade de ação explicam a longevidade de Jayme Duarte à frente do prédio que administra há quase quatro décadas. Num edifício de cem salas, foi sucessivamente reeleito para o cargo sem jamais ter recebido um só voto contra. Nem os Rolling Stones são tão longevos. Nem os Beatles são tão unânimes.

Dono de sobrancelhas espessas, cabelos meticulosamente escovados para trás e um andar ligeiramente manco, o gaúcho Duarte ensina os segredos mais recônditos do seu sucesso avassalador. Honestidade certamente é importante. Dedicção, idem. Mas nada disso seria suficiente se ele não guardasse na alma uma extraordinária capacidade de encontrar brilho e luz onde o resto dos mortais só percebe a monotonia cinzenta da vida. Haveria, em todo síndico exitoso, um amor incondicional aos contratos celebrados com empresas de manutenção de elevadores, às conversas pormenorizadas com exterminadores de ratos, à leitura massacrante de atas de reunião e, acima de tudo, à selva de siglas e acrônimos que assola o país: dia após dia, renova-se no verdadeiro síndico o encanto pelos mistérios do FGTS, do INSS, do PIS, do PASEP, do IRRF sobre o décimo terceiro, das variadas taxas condominiais e das atas de reunião.

Essa resiliência, que Duarte possui em quantidade formidável, transformou-o - pelo menos segundo o próprio - no síndico de mais longa gestão ininterrupta da história mundial. Não duvida que conseguirá provar o feito perante os auditores do Guinness. Já começou a organizar os documentos comprobatórios, e está à cata de alguém que fale inglês para ajudá-lo na tramitação. É com orgulho que mostra a papelada: "Essa aqui é a ata da primeira reunião de condôminos do prédio. É de 2 de abril de 1967, dia em que fui eleito membro da comissão fiscal do edifício. Já essa outra é da assembléia de 30 de novembro de 1969, quando ganhei meu primeiro mandato, sob uma salva de palmas dos presentes. As outras 37 atas que comprovam a minha reeleição estão aqui dentro também. Um minutinho e já lhe mostro", diz o síndico, a caminho do armário. Seu interlocutor luta para engolir os bocejos.

Arquivados em pastas empilhadas e etiquetadas, descansam comprovantes de toda a

movimentação bancária do prédio nos últimos quarenta anos, balancetes apresentados em todas as assembleias realizadas até hoje, cópias das cobranças de pagamento emitidas a todas as unidades condominiais em débito, recibos de todas as tarefas executadas durante a construção do edifício e comprovantes de pagamento de salário e encargos de todos os funcionários do Conde dos Arcos. Tudo será demonstrado ao Guinness.

Às 2 da tarde da primeira sexta-feira de agosto, Jayme Duarte veste o paletó azul escuro - no inverno, prefere cores escuras; no verão, adota ternos de linho branco -, recolhe a pilha de boletos de cobrança, esforça-se por domar no centro da barriga a fivela rebelde do cinto (com seu nome gravado no metal) e bate a porta da sala 1205, de onde controla com olhos de lince os acontecimentos do seu prédio de doze andares. Pela segunda vez em dois dias, toma o caminho do banco. A agência 3032 do Itaú não passa de um apêndice do seu escritório. Duarte entra e diz olá aos seguranças e funcionários. Quanto aos gerentes, foram inúmeros os que passaram por ele desde 1970, quando abriu a conta do condomínio Conde dos Arcos no Banco do Estado do Paraná, mais tarde comprado pelo Itaú. De alguns, gostou. De outros, nem tanto.

Há exatos 455 meses, ou, para facilitar a conta, 37 anos e onze meses, a rotina de Duarte segue esses mesmíssimos passos. Na boca do caixa, ele se livra dos cliques e apresenta o maço de boletos. Espera pacientemente até a última autenticação mecânica ou o último carimbo que sacramentam o pagamento da mensalidade de manutenção dos extintores do Conde, da empresa de manutenção dos elevadores, da bomba de água, da conta do telefone que funciona na portaria, dos encargos sociais dos funcionários, da fatura da empresa que fornece material de limpeza e da solicitação de compra de vale-transporte. Finda a maçante saga, Duarte solicita que o caixa transfira para sua conta pessoal 1 900 reais. Desde 1969, quando de sua aclamação como síndico, ele ganha precisos cinco salários mínimos. Não reclama. Acha justo.

Igualmente justo, a seu ver, é o fato de jamais ter tirado férias. Nem um só dia. "O meu subsíndico, o Odilon Andrade, nunca precisou exercer a função no meu lugar", proclama. Duarte também não se arrepende de haver recusado o convite de uma de suas amantes (ele tem duas) para ir à Europa em julho, com tudo pago.