

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL  
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO SOCIAL  
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL – JORNALISMO

KÁTIA REGINA SILVA DE SOUZA

**JORNALISMO LITERÁRIO E A REVISTA *ROLLING STONE* BRASILEIRA:  
ANÁLISE DA CONSTRUÇÃO DE PERFIS DE CELEBRIDADES**

PORTO ALEGRE  
2016

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL  
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO SOCIAL  
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL – JORNALISMO

KÁTIA REGINA SILVA DE SOUZA

**JORNALISMO LITERÁRIO E A REVISTA *ROLLING STONE* BRASILEIRA:  
ANÁLISE DA CONSTRUÇÃO DE PERFIS DE CELEBRIDADES**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Social – Habilitação Jornalismo.

Orientadora: Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup>. Marcia Benetti  
Coorientadora: Mestranda Camila Freitas

PORTO ALEGRE  
2016

KÁTIA REGINA SILVA DE SOUZA

**JORNALISMO LITERÁRIO E A REVISTA *ROLLING STONE* BRASILEIRA:  
ANÁLISE DA CONSTRUÇÃO DE PERFIS DE CELEBRIDADES**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Social – Habilitação Jornalismo.

Aprovado em:

BANCA EXAMINADORA

---

Profª Drª. Marcia Benetti – UFRGS  
Orientadora

---

Mestranda Camila Freitas – UFRGS  
Coorientadora

---

Profª Drª. Cassilda Golin Costa – UFRGS  
Examinadora

---

Profª Drª. Aline Strelow – UFRGS  
Examinadora

À Benetti, por ter me acolhido quando fiquei sem orientador; ao Ricardo, por me ajudar a não enlouquecer durante a faculdade; e, em especial, à Camila, pela compreensão e todas as respostas ótimas para as minhas perguntas idiotas.

## RESUMO

Neste trabalho, analisamos seis perfis jornalísticos presentes na edição brasileira da revista *Rolling Stone*, de julho a dezembro de 2015. O objetivo deste estudo é compreender como os quatro recursos do jornalismo literário – construção cena a cena, detalhe, ponto de vista e diálogo – auxiliam os repórteres da *Rolling Stone* a construir os perfis de celebridades. Para tanto, utilizamos a metodologia da Análise de Narrativa proposta por Luiz Gonzaga Motta (2013). Para embasar teoricamente a análise, foi realizada uma pesquisa bibliográfica – fundamentada em autores tais quais Villas Boas (2003), Tom Wolfe (2005), Antonio Olinto (2008) e Edvaldo Pereira Lima (2008) – sobre perfil jornalístico, as origens do jornalismo literário e a história da revista escolhida como objeto empírico. Como resultado, obtivemos a reafirmação da importância do jornalismo literário na humanização das celebridades perfiladas.

**Palavras-chave:** Jornalismo literário; *Rolling Stone*; Jornalismo de revista; Perfil; Celebridade.

## ABSTRACT

In this paper, we analyzed six journalistic profiles present in the Brazilian edition of *Rolling Stone* magazine, from July to December 2015. The aim of this study is to understand how the four literary journalism devices – scene-by-scene construction, details, point of view and dialogue – help reporters from *Rolling Stone* to build celebrity profiles. Therefore, we use the methodology of Narrative Analysis proposed by Luiz Gonzaga Motta (2013). For the theoretical part of the analysis, a bibliographic research – based on authors such as Villas Boas (2003), Tom Wolfe (2005), Antonio Olinto (2008) and Edvaldo Pereira Lima (2008) – about journalistic profile, the origins of literary journalism and the history of the magazine chosen as our empirical object was conducted. As a result, we obtained a reaffirmation of the importance of literary journalism in the humanization of the profiled celebrities.

**Keywords:** Literary journalism; Rolling Stone; Magazine journalism; Profile; Celebrity.

## **LISTA DE ILUSTRAÇÕES**

<b>Figura 1 – Título da matéria sobre Kim.....</b>	<b>47</b>
<b>Figura 2 – Foto de Kim na capa da matéria.....</b>	<b>47</b>
<b>Figura 3 – Foto de Ben caminhando sozinho pelo aeroporto.....</b>	<b>50</b>
<b>Figura 4 – Frase de Daniela em destaque na matéria.....</b>	<b>71</b>

**LISTA DE TABELAS**

**Tabela 1 – Dados das reportagens da *Rolling Stone*.....44**



## SUMÁRIO

<b>1. Introdução.....</b>	<b>9</b>
<b>2. Jornalismo e literatura.....</b>	<b>12</b>
2.1 Novo Jornalismo.....	21
<b>3. <i>Rolling Stone</i> e a construção de perfil.....</b>	<b>28</b>
3.1 A história da revista <i>Rolling Stone</i> .....	30
3.2 O perfil jornalístico e o perfil na <i>Rolling Stone</i> .....	34
3.2.1 Perfis de celebridades.....	37
<b>4. Metodologia.....</b>	<b>39</b>
<b>5. Análise das reportagens da revista <i>Rolling Stone</i>.....</b>	<b>47</b>
5.1 Construção cena a cena.....	47
5.2 Detalhe.....	58
5.3 Ponto de vista.....	62
5.4 Diálogo.....	67
<b>6. Considerações finais.....</b>	<b>72</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>75</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>80</b>

## 1. Introdução

Este trabalho está centrado em uma aproximação entre jornalismo e literatura. No âmbito narrativo, as duas áreas permitem acessar acontecimentos em profundidade e oferecem informações que auxiliam na compreensão daquilo que se deseja narrar. Surgido da confluência destes campos, o jornalismo literário mostra-se atento aos detalhes e busca a aproximação do leitor com o texto, ultrapassando a mera exposição dos fatos, como é visto na rotina informativa do *hard news*. Nessa forma literária de narrar os acontecimentos, uma mesma reportagem pode ser construída de maneiras variadas e, por meio das quais, as questões basilares – “O quê?”, “Quem?”, “Quando?”, “Onde?”, “Por quê?” e “Como?” – não se encontram de imediato no primeiro parágrafo do texto, e sim diluídas na tessitura da narrativa informativa.

O jornalismo literário é mais livre e as fontes se apresentam como “personagens”, inscritas em um contexto bastante específico e que lhes é próprio. Cria uma abertura para relatar as histórias que o jornalismo tradicional poderia deixar de lado ou sequer veicular porque, através da literariedade, percebemos que as fontes oficiais, embora necessárias, não são as únicas com informações válidas. Reunidas, estas vantagens tornam o trabalho jornalístico mais humano e relacionável. Uma matéria que normalmente passaria batida aos olhos de muitos adquire a capacidade de fazer o leitor sentir felicidade, desconforto, raiva, tristeza e uma multiplicidade de outras emoções.

Tendo delimitado o assunto da pesquisa, escolhemos a edição brasileira da revista *Rolling Stone*<sup>1</sup> como objeto de estudo por ser uma publicação que concilia a literariedade a temas populares, autointitulando-se “A maior revista de entretenimento do mundo”. A opção pelos perfis de celebridade veio logo em seguida, porque neles as técnicas literárias aparecem com mais frequência, no intuito de aproximar os famosos do público leitor. O corpus é formado pelas edições dos meses de julho, agosto, setembro, outubro, novembro e dezembro de 2015, considerando que um dos nossos interesses com este estudo estava centrado em identificar de que forma o jornalismo literário, tão popular no século passado, é utilizado em narrativas de revista atualmente. Ao todo, foram selecionados seis perfis para compor o corpus. Assim, delineou-se o problema de pesquisa – De que forma os quatro recursos do jornalismo literário auxiliam os repórteres da *Rolling Stone* a construir os perfis

---

<sup>1</sup> Na Faculdade de Comunicação da UFRGS, há um histórico de monografias feitas cujo objeto de pesquisa selecionado também foi a revista *Rolling Stone* ou algumas de suas reportagens: “A cultura da revista *Rolling Stone*: um estudo dos critérios de noticiabilidade e das estratégias narrativas” (2008), de Tales Gubes Vaz; “O narrador Gonzo: uma análise narratológica da cobertura de H.S.Thompson das eleições norte-americanas de 1972” (2009), de Alexandre Lucchese; e “Como uma pedra rolante: contribuição ao estudo de análise de conteúdo da edição brasileira da Revista *Rolling Stone*” (2014), de Maurício Rodrigues Cauduro.

de celebridades? – e o objetivo geral dessa monografia: compreender como os quatro recursos do jornalismo literário auxiliam os repórteres da *Rolling Stone* a construir os perfis de celebridades. A partir disso, elencaram-se os objetivos específicos: 1) conceber como a construção cena a cena possibilita a ambientação do leitor na história; 2) entender a função do diálogo na reprodução de informações e acontecimentos; 3) identificar o ponto de vista ao qual o jornalista recorre para narrar a matéria; 4) encontrar nas reportagens os detalhes utilizados na humanização das celebridades perfiladas.

No capítulo *Jornalismo e Literatura*, começamos pela apresentação dos gêneros jornalístico e literário separadamente, apontando as suas principais características e o que os distingue. Após, tratamos das aproximações entre ambos os gêneros ao longo da história, a partir dos autores Bulhões (2007), Domingues (2013), Hamburger (1986), Lopes (2010), Marques de Melo e Francisco de Assis (2010), Olinto (2008), Pereira Lima (2008) e Traquina (2005). Abordamos o surgimento do Novo Jornalismo e os primórdios do jornalismo literário no Brasil. Apoiando-se em Tom Wolfe (2005), falamos dos quatro recursos do jornalismo literário (construção cena a cena, detalhe, ponto de vista e diálogo), trazendo exemplos de cada um deles.

O capítulo *Rolling Stone e a construção de perfil* é voltado ao jornalismo de revista, à história da *Rolling Stone* (tanto a da versão nacional quanto a da internacional, com matriz localizada nos Estados Unidos), à conceituação de perfil jornalístico e à definição do termo “celebridade”. Entre os autores utilizados para tratar das particularidades do jornalismo de revista estão Benetti (2013), Tavares (2008) e Ali (2009). Já a trajetória da revista *Rolling Stone*, devido à escassez de referencial bibliográfico, é apresentada sob a perspectiva de Draper (1990). Villas Boas (2003), Ferrari e Sodré (1986), Maia (2013) e Kotscho (2000) foram selecionados para falar sobre o perfil jornalístico. A seção é finalizada com uma breve discussão do conceito de celebridade.

No quarto capítulo, apresentamos a metodologia adotada na análise das reportagens – Análise de Narrativa – e explicamos o porquê da escolha desse método. O procedimento metodológico está sustentado pela Análise Crítica da Narrativa, de Luiz Gonzaga Motta (2013). Ao final do capítulo, mostramos, resumidamente, as seis reportagens a serem analisadas, levando em conta o número de páginas, os nomes dos repórteres, os títulos e o conteúdo publicado.

O quinto capítulo traz a análise dos seis perfis selecionados. São eles: *Mulher de Verdade* (sobre Kim Kardashian e escrito por Vanessa Grigoriadis), *Vida nos Ares* (sobre Ben Schlappig e escrito por Ben Wofford), *Força Negra* (sobre Emicida e escrito por Peu Araújo), *Trump Levado a Sé-*

*rio* (sobre Donald Trump e escrito por Paul Solotaroff), *Sentindo na Pele* (sobre Cleo Pires e escrito por André Rodrigues) e *Guerreira da Liberdade* (sobre Daniela Mercury e escrito por Mauro Ferreira).

Ao final, tecemos algumas considerações em relação ao que foi pesquisado e analisado, considerando o papel do jornalismo literário na construção de reportagens humanizadas e capazes de aproximar o leitor do “personagem” perfilado.

## 2. Jornalismo e literatura

Neste capítulo serão apresentados, brevemente, os gêneros jornalístico e literário sob a perspectiva dos seguintes autores: Bulhões (2007), Domingues (2013), Hamburger (1986), Lopes (2010), Marques de Melo e Francisco de Assis (2010), Olinto (2008), Pereira Lima (2008) e Traquina (2005). Sabe-se que o jornalismo e a literatura podem ser compreendidos em sua confluência, mas, em um primeiro momento, apresentaremos cada um separadamente, considerando suas principais características.

Inicialmente, quando os estudos de gênero ganharam força no Brasil, na década de 1960, os gêneros jornalísticos eram identificados apenas como informativo, opinativo e interpretativo. Após uma revisão dos estudos, publicada por José Marques de Melo e Francisco de Assis (2010), este número foi ampliando para cinco, acrescentando aos três já existentes os gêneros utilitário e diversional (FERREIRA, 2012).

Para Marques de Melo e Assis (2010), o jornalismo divide-se em cinco gêneros. São eles: a) Informativo: foi o primeiro a figurar na imprensa mundial, tendo aparecido no século XVII. Fundamenta-se na transferência de informações e segue presente no jornalismo diário; b) Opinativo: surge no século XVIII e sua base é a argumentação, por meio da qual é possível direcionar na formação da opinião pública, difundir ideias e apresentar pontos de vistas de determinadas fontes ou instituições. Comumente, o opinativo, por ter caráter subjetivo, aparece em editoriais, críticas, crônicas e charges; c) Interpretativo: é uma classificação complementar aos hegemônicos gêneros informativo e opinativo. De natureza analítica, intenciona a determinação do sentido de uma ocorrência – explicar ao público o significado de acontecimentos complexos. Está presente no perfil, nas enquetes e em textos analíticos; d) Diversional: engloba a produção de conteúdo jornalístico voltada ao entretenimento do público; e) Utilitário: refere-se às matérias de serviço. Nesta pesquisa, trabalharemos com os gêneros interpretativo e diversional, por considerar que o perfil se encaixa no modelo do primeiro gênero e sua narrativa muitas vezes se aproxima do segundo pois, normalmente, contempla aspectos ficcionais e factuais, propondo uma afinidade e engajamento com o leitor do texto.

Uma das funções primárias do jornalismo é a de informar o público sobre os acontecimentos sociais diários, que o jornalista acredita serem relevantes para a sociedade. A fim de levar a informação adiante, o jornalista necessita realizar uma extensa apuração do que transcorre socialmente, com profundidade, entrevistas, pesquisas e coletas de dados (PEREIRA LIMA, 2008), atividades as

quais configuram a prática jornalística.

O jornalismo exerce a função aparente de informar, explicar e orientar. As funções subjacentes são muitas, variadas, incluindo-se no rol a função econômica, a ideológica, a educativa, a social, entre outras. Mas o que diferencia o jornalismo de outras atividades é o desempenho da tarefa informativa e orientativa. O alimento dessa função é a ocorrência social, sobre a qual se debruça o jornalismo para, a partir daí, manter sua audiência a par dos acontecimentos, possibilitando orientar-se diante da avalanche de ocorrências relevantes na sociedade moderna (PEREIRA LIMA, 2008, p. 13).

Uma vez que o jornalismo fica encarregado de auxiliar o público na compreensão dos eventos do mundo, ele possui um compromisso com o factual e com o real. Portanto, pode-se dizer que o jornalismo foi adquirindo, ao longo do tempo, o status de atividade que busca “captar o movimento da própria vida” (BULHÕES, 2007, p. 11), na intenção de prestar um testemunho da realidade social e historicamente contextualizada.

Pode-se dizer que um fato, porém, não é retratado na íntegra, pois o jornalista apresenta recortes da realidade conforme a sua percepção social, histórica, cultural e, ainda, frente aos valores que lhe são próprios ou assegurados pela instituição em que trabalha. “Os jornalistas têm de ser capazes de identificar os ‘fatos’, muito embora algumas pretensões de verdade não sejam facilmente verificáveis” (TRAQUINA, 2005, p. 140). Esta seleção e apresentação de recortes sociais não devem ser intencionalmente tendenciosas, favorecendo um lado específico, mesmo que a imparcialidade total seja inatingível, não se pode deixar de almejar algum nível de neutralidade. “[...] esse estatuto jornalístico sobre a verdade tem como premissa a própria sobrevivência da credibilidade da função social que a atividade se propõe exercer. Se o jornalismo é a representação da realidade, é natural que a construção de suas narrativas tenha a pretensão de verdade” (DOMINGUES, 2013, p. 202).

Assim como o compromisso com a verdade é um valor jornalístico, a objetividade também aparece entre as preocupações do texto noticioso. Essa característica pretende o registro direto e impessoal de um acontecimento. A objetividade exige o emprego de determinadas estruturas noticiosas, tais quais a pirâmide invertida e o *lead*<sup>2</sup>, que priorizam a inserção das informações mais relevantes logo no início do texto. Alguns autores, como Traquina (2005) e Tuchman (1993), propõem o entendimento da objetividade como um conjunto de técnicas que visam amenizar a subjetividade jornalística. “Com a ideologia da objetividade, os jornalistas substituíram uma fé simples nos fatos

---

<sup>2</sup> O *lead* contempla as perguntas: Quem? O quê? Quando? Onde? Como? Por quê?, as quais devem ser, normalmente, respondidas nos primeiros parágrafos da notícia.

por uma fidelidade às regras e aos procedimentos criados para um mundo no qual até os fatos eram postos em causa” (TRAQUINA, 2005, p. 140-141). Ou seja, a pretendida objetividade acabaria por interferir inclusive na reprodução dos fatos, visto que é exercida como um ritual estratégico<sup>3</sup>: os jornalistas se utilizam dos recursos que dão caráter objetivo ao texto, a fim de distanciar a informação da opinião. Além disso, o ritual do qual a Tuchman fala é um processo diário das redações, por meio do qual os jornalistas tentam evitar o recebimento de críticas fervorosas ou processos jurídicos, entre os quais o de difamação e o de calúnia (TUCHMAN, 1993).

Considerando o que foi dito até aqui, pode-se afirmar que o jornalismo, no que toca a realidade, distancia-se do gênero literário, cuja preocupação não está orientada à veracidade factual e objetiva das informações narradas. Pelo contrário: a literatura, ao se utilizar da ficção<sup>4</sup>, opõe-se à factualidade e à objetividade jornalística. Conforme Lopes (2010), a literatura segmenta-se, desde a Antiguidade, em três grandes gêneros: narrativo ou épico, lírico e dramático. Esta divisão é atribuída a Aristóteles, considerado o fundador da teoria dos gêneros, e foi proposta pela primeira vez na obra “Poética” – uma compilação de textos do filósofo voltados à educação. O gênero épico/narrativo engloba a fábula, a epopeia, a novela, o conto, a crônica, o ensaio e o romance. O lírico inclui os hinos, odes, sonetos, elegias e canções. Por último, o dramático compreende a farsa, a comédia, a tragédia, o auto e a sátira (LOPES, 2010).

A preocupação da literatura é para com a verossimilhança dos textos no tocante à realidade. Hamburger (1986) salienta que a arte literária deve ser capaz de produzir a ilusão da vida, ou seja, embora ficcional, necessita parecer com a realidade. “Entre todos os materiais das artes [...] é somente a linguagem que pode produzir a ilusão da vida, isto é, criar personagens vivos, sensíveis, pensativos, que falam e também se calam” (HAMBURGER, 1986, p. 42). Esta semelhança com o real permite ao leitor desenvolver uma maior identificação para com as obras. Mesmo falando de fadas, ogros, duendes ou elfos, por exemplo, ao trabalhar com sentimentos característicos da humanidade – medo, dor, felicidade e tristeza –, o leitor conseguirá, de alguma forma, reconhecer-se nas histórias.

Os textos literários podem ou não ser ficcionais, confluindo com o fantástico sem comprometer a qualidade da narrativa. “Num romance, num conto, num poema, o clima da criação parece situar-se acima, ou fora, dos pequenos acontecimentos que ferem o homem” (OLINTO, 1969, p. 22). Já o

---

<sup>3</sup> É por meio desse procedimento que se tem a pretensão de ser o mais fidedigno à realidade do acontecimento.

<sup>4</sup> “Ficção é derivado do latim *fingere*, que tem os sentidos mais diversos de compor, imaginar, até a fábula mentirosa, o fingimento” (HAMBURGER, 1986, p. 39).

conteúdo jornalístico está atrelado às ações humanas: noticia-se quando homens matam, descobrem, traem, roubam, protestam ou são bondosos com outros homens, ou seja, ações do dia a dia.

[...] o principal produto do jornalismo contemporâneo, a notícia, não é ficção, isto é, os acontecimentos ou personagens das notícias não são invenção dos jornalistas. A transgressão da fronteira entre realidade e ficção é um dos maiores pecados da profissão de jornalista, merece a violenta condenação da comunidade e quase o fim de qualquer promissora carreira de jornalismo (TRAQUINA, 2005, p. 20).

Na literatura é perceptível a liberdade para a construção da narrativa, permitindo que o autor deixe vestígios de sua própria personalidade ou crenças no texto, explorando o lado subjetivo das mensagens. E, por misturar realidade e fantasia, o gênero literário mexe com o imaginário das pessoas. Assim, enquanto a literatura propicia ao leitor uma fuga da dureza do cotidiano, restaria ao jornalismo a tarefa de trazer este mesmo leitor de volta à realidade, inteirando-o dos acontecimentos pertencentes à sociedade em que este vive.

O texto literário também é muito mais propenso a se tornar perene, contrapondo-se ao jornalismo, cujo foco reside em acontecimentos relevantes a um momento específico. De acordo com Olinto, o jornalista está “ligado ao tempo que flui, à notícia que, um dia depois, é capaz de perder a força, sente-se preso ao imediato, à transitoriedade” (OLINTO, 2008, p. 15). Nesse sentido, a literatura teria maior capacidade de transcender o tempo do que o jornalismo. Apesar das diferenças entre literatura e jornalismo, sua convergência ainda é possível.

Alguns autores – tais como Alceu Amoroso Lima (1969) e Antonio Olinto (2008) – veem o jornalismo como um gênero literário, embora este assunto divida opiniões. Para Amoroso Lima (1969), o jornalismo é um gênero literário que mantém regras e estilo próprio, tal qual o romance e a poesia. Uma vez que a literatura recorreria à realidade como inspiração para suas histórias, o jornalismo poderia ser enquadrado como um gênero desta realidade, já que também é pautado pelo real. De acordo com Olinto (2008, p.15), “[...] o plano do jornalismo é de uma literatura para imediato consumo – donde, muitas vezes, o seu caráter efêmero –, uma literatura dotada de uma certa funcionalidade”. Quanto ao jornalismo literário, sua preocupação primária não residiria apenas em noticiar acontecimentos mundanos, mas em fazer matérias resistentes ao tempo.

É preciso salientar que, segundo Resende (2002), apenas a fusão entre os gêneros literário e jornalístico não caracteriza o jornalismo literário, porque se tentamos classificar ou categorizar essas manifestações, nós automaticamente as restringimos dentro do conceito de gênero. “O que se sugere é que se pense não na obra que desobedece a seu gênero, mas no texto que hoje é refeito, ou,



ainda, que até propõe uma releitura do próprio gênero que, inegavelmente, o pressupõe” (RESENDE, 2002, p. 34). Logo, mais interessante do que limitar o jornalismo a um gênero literário, seria refletir sobre as suas propriedades discursivas – descobrindo quais delas são únicas e quais são similares às literárias.

Seguindo esse raciocínio, Pena (2006) diz que o jornalismo literário é uma “estrela de sete pontas” (PENA, 2006, p. 13), dado que se ancora em sete itens: a) não ignora por completo os ensinamentos do jornalismo tradicional, sabendo aproveitar o que há de melhor neste – observação, apuração, ética e frases claras, b) rompe com a periodicidade e a atualidade, ultrapassando ocorrências cotidianas, c) proporciona um panorama amplo da realidade, d) contribui com a formação do cidadão, e) não se deixa limitar pelo *lead*, f) aborda outras fontes além das oficiais, g) opõe-se à efemeridade do jornalismo diário, almejando uma condição perene.

A fim de mostrar essa aproximação entre o jornalismo e a literatura, parece-nos pertinente apresentar as divisões periódicas do jornalismo propostas por Marcondes Filho (2000), que permitem compreender o desenvolver jornalístico e a brecha para o encontro com a literatura. De acordo com o autor, a pré-história do jornalismo (de 1631 a 1789) se caracterizou pela produção artesanal do jornal. A primeira etapa (de 1789 a 1830) foi marcada por textos de cunho político e literário, escritos por intelectuais. Já no “Segundo Jornalismo” (de 1830 a 1900), começa a produção massiva e a profissionalização da área. O “Terceiro Jornalismo”, segundo Marcondes Filho (2000), se destaca pelos monopólios empresariais e pelas grandes tiragens (de 1900 a 1960). Por fim, a quarta fase (de 1960 em diante) é definida pela informação eletrônica e interativa, pelo surgimento de novas tecnologias e pelas mudanças na profissão do jornalista.

Ainda segundo Marcondes Filho (2000), o final da fase pré-histórica, bem como a primeira e a segunda etapa, sofreu uma forte influência da literatura. Em 1725, por exemplo, Daniel Defoe – conhecido por escrever *Robinson Crusóé* (1719) e outros romances – redigiu uma série de reportagens policiais nas quais utilizava elementos literários. No ano de 1887, o termo “Novo Jornalismo” foi empregado com o intuito de desqualificar o trabalho do repórter britânico William Thomas Sted, cujas matérias mesclavam técnicas do jornalismo e da literatura (PENA, 2006). Ao longo da segunda metade do século XIX, o texto jornalístico evoluiu da notícia para a reportagem e os profissionais da área precisaram procurar novas formas de tratamento para a mensagem. Neste percurso, a literatura se transformou em uma das principais fontes de inspiração para os jornalistas, aproximando um pouco mais os dois campos – jornalístico e literário (PEREIRA LIMA, 2008).

Devido aos avanços tecnológicos propiciados pela Segunda Revolução Industrial (de 1850 a 1870), os jornais diários se alastraram por toda Europa e, junto a eles, os folhetins. Com narrativas envolventes, repletas de conflitos, clichês e com linguagem acessível aos alfabetizados de diferentes níveis da população, este novo gênero literário ganhou fama rapidamente. Era nos rodapés das páginas dos periódicos que se encontravam não apenas os folhetins, mas ensaios, críticas, poemas e outros derivados da literatura (STRELOW, 2008). O folhetim foi responsável por propiciar alguns dos momentos iniciais de convergência entre jornalismo e literatura. Conseguia dialogar com um público vasto por apelar aos lugares-comuns e aos estereótipos, além de atrair os leitores com reviravoltas surpreendentes o suficiente para levá-los a comprar a próxima edição do jornal.

Na terceira fase, em geral, o jornalismo e o factual voltaram a ser tão inseparáveis quanto a literatura e a ficção. No entanto, houve exceções: de 1890 a 1930, um estilo de reportagem que agregava a cobertura de escândalos a matérias humanísticas – em defesa de minorias –, ganhou destaque na imprensa norte-americana. Chamados de *muckrakers*<sup>5</sup>, tinham as camadas populares como público-alvo, investigando a elite e revelando problemas sociais. Já em 31 de agosto de 1946, um ano após o final da Segunda Guerra Mundial, a revista *The New Yorker* publicou o livro *Hiroshima*. Escrito por John Hersey, a obra é uma amostra expressiva das potencialidades do jornalismo literário, pois reúne as histórias de seis sobreviventes da região japonesa atingida pela bomba atômica, contadas em terceira pessoa pelo autor (RITTER, 2013).

No entanto, os jornais perdem a afinidade com a literatura, de maneira mais acentuada, por volta de 1950, após alterações estilísticas e gráficas que cederam espaço para as *fórmulas prontas* – como o *lead* e a pirâmide invertida – e matérias objetivas e informativas, além do modelo organizacional que visava ao lucro por meio da notícia, publicidade e adesão de leitores. Para suprir a necessidade cultural nas publicações, criaram-se os cadernos literários, que complementavam as notícias do jornal – esses cadernos traziam biografias de autores, anúncios de lançamento de livros e críticas de obras –, mas seguiam integralmente os atributos prezados pelos grandes veículos de comunicação (PENA, 2006).

Retomando a segmentação de Marcondes Filho (2000), a quarta fase do jornalismo se estende até os dias atuais. Logo em seu começo, na década de 1960, surge o Novo Jornalismo, movimento que decorre de uma insatisfação por parte de alguns jornalistas com os métodos formais de apuração e de escrita. Os “novos jornalistas” prezavam por reportagens imersivas e pela experimentação,

---

<sup>5</sup> O termo *muckracker* surge pela união da palavra inglesa *muck* (sujeita, porcaria) e *racker* (investigador).

ênfatizando os detalhes da cena e o uso de diálogos, assim como outros elementos capazes de auxiliar na humanização dos personagens dispostos no texto. O manifesto do gênero foi publicado por Tom Wolfe, em 1973. No entanto, conforme foi observado no histórico traçado acima, pode-se dizer que o Novo Jornalismo, bastante apropriado pelos famosos escritores e jornalistas da época – tais como Gay Talese, James (Jimmy) Breslin, Truman Capote e Norman Mailer –, não foi o precursor do jornalismo literário. Ele somente representou a reconciliação do jornalismo com a literatura e, concomitantemente, do factual com o ficcional.

O Novo Jornalismo se consolidou como movimento e técnica de escrita, chegando a ganhar uma ramificação no estilo de produzir reportagens investigativas: o jornalismo gonzo. Criado por Hunter S. Thompson, o estilo gonzo exigia que o repórter vivesse intensamente a pauta, a fim de compreendê-la com profundidade. Um exemplo de matéria feita nesse estilo é o livro *Hell's Angels: The Strange and Terrible Saga of the Outlaw Motorcycle Gangs* – originalmente, um artigo para a revista *The Nation* –, escrito por Thompson<sup>6</sup>, em 1966. No entanto, o estilo gonzo foi consagrado apenas em 1971, quando a *Sports Illustrated* contratou Thompson para cobrir a corrida de motos *Mint 400* e, no lugar de uma reportagem tradicional, ele entregou um texto que fazia uma crítica elaborada ao *american way of life*. Seu trabalho acabou sendo comprado pela revista *Rolling Stone* e, mais tarde, publicado no formato de livro, com o título *Fear and loathing in Las Vegas: a savage journey to the heart of the american dream* (LACERDA, 2009).

Atualmente, os gêneros se flexibilizam. Há uma permuta de estilo e de técnica: poetas fazem versos em prosa, contistas escrevem histórias com poucos caracteres e jornalistas imergem no campo literário, que era exclusivo dos romancistas (MARQUES, 2009). Desse modo, o jornalismo literário se mantém como uma alternativa para os profissionais que não se contentam com a objetividade do *lead*. Mas aqueles que optam por fazê-lo, certamente, enfrentam uma série de obstáculos. Enquanto os profissionais do campo literário dispõem de longos períodos para concluir suas obras, os jornalistas estão sujeitos à pressão do tempo e do espaço no qual trabalham, uma vez que há a necessidade de se cumprir prazos curtos e de informar com restritos números de caracteres.

A instantaneidade e efemeridade da informação jornalística se opõem à perenidade da produção literária. Os jornais costumam ser diários porque a nossa necessidade de informação se atualiza cotidianamente. Já as obras literárias podem manter sua relevância por décadas. Para criar reportagens resistentes ao tempo, é preciso enchê-las de significados que vão além da mera transmissão de

---

<sup>6</sup> O repórter acompanhou, durante dezoito meses, a gangue de motociclistas *Hell's Angels* em todas as suas atividades lícitas ou não.

informações: elas devem passar uma mensagem mais profunda.

O importante, para o artista, é colocar, na aparente gratuidade dessas notícias, um sentido capaz de permanência, uma mensagem que consiga atingir o ponto em que todos os homens se unem, a essência humana das pessoas, onde o tempo não tem presença. E o importante, para o jornalista, é realizar essa tarefa para um dia determinado e, muitas vezes, para um espaço previsto, sem deixar que a pressão, a que se submete, o leve ao caminho da facilidade de estilo, que corresponde, geralmente, a uma leviandade de sentido (OLINTO, 2008, p.16).

Na tensão cotidiana das redações, acaba sendo mais simples apelar para a produção de matérias padronizadas, com o uso do *lead* e desprovidas de elegância literária. Com a popularização da internet, os veículos de comunicação exigem que os jornalistas sejam profissionais multimídia. Embora a produtividade talvez possa aumentar – visto que não basta entrevistar as fontes e redigir a notícia, mas também produzir vídeos, fotografias, criar notinhas e publicações em redes sociais –, a qualidade das reportagens está fadada a decrescer (PEREIRA LIMA, 1998).

Teoricamente, a reportagem visa oferecer uma mensagem de linguagem mais solta e dar um tratamento de profundidade aos acontecimentos. Acontece que a maior parte da produção jornalística contemporânea, realizada por gigantescas empresas do setor, segue um feitiço bastante industrializado. Isso significa uma produção em massa, em que se tenta cobrir várias áreas diferentes da atividade social, com a maior velocidade possível e dentro de padrões rígidos que simplificam a coleta de informações e uniformizam a forma como se elaboram as mensagens. Tudo visando atingir o maior número possível de leitores, espectadores e ouvintes (PEREIRA LIMA, p. 12, 1998).

Devido à pressão exercida pelas grandes empresas, os jornalistas que aproximam seus textos dos modelos literários devem estar atentos para não incorrem em dois erros: a facilidade e o sensacionalismo. A facilidade os converte em conformistas e corrompe seus métodos únicos de escrita – passam a valer-se das fórmulas prontas e do lugar-comum, em vez de elaborarem textos criativos. Já o sensacionalismo os leva a exagerar a dimensão dos acontecimentos, influenciando na veracidade e na relevância dos fatos (AMOROSO LIMA, 1969).

O jornalismo literário já foi muito criticado por ser excessivamente subjetivo. No entanto, o jornalismo diário não é tão imparcial e direto como se tenta assegurar. Tuchman (1993), como foi exposto anteriormente, explica que o jornalismo tradicional dispõe de certos processos para expressar a objetividade no texto. Estes processos consistem na preocupação em ouvir todos os lados de um mesmo fato e identificar possíveis conflitos, apresentar provas que comprovem os fatos, utilizar aspas a fim de apontar a quem pertence cada opinião ou informação e estruturar as informações de maneira sequencial e organizada.

Os jornalistas [...] acreditam que podem mitigar pressões contínuas como sejam os prazos, os possíveis processos de difamação e as repressões antecipadas dos superiores, com a argumentação de que seu trabalho é ‘objetivo’ (TUCHMAN, 1993, p. 74).

Segundo a autora, estes procedimentos seriam falhos em diversos sentidos: limitam-se de acordo com interesses das empresas de comunicação, estimulam percepções seletivas da realidade, permitem que o jornalista imponha disfarçadamente a sua opinião, insistem na proposta de que os fatos falam por si mesmos e levam o leitor a crer que todas as notícias são análises desinteressadas de acontecimentos (TUCHMAN, 1993).

Nesta lógica, Resende (2002), ao tratar dos interditos do discurso, salienta a dubiedade dos três pilares do texto jornalístico, uma vez que estes seriam fundados no “alicerce pouco firme da verdade” (RESENDE, 2002, p. 72). A realidade, primeiro pilar apontado por Resende (2002), é representada pelo registro dos acontecimentos. Entretanto, na visão do autor, não se pode crer que o jornalismo tradicional seja capaz de registrar a realidade em sua totalidade, uma vez que ela não é única, mas um recorte, como foi salientado anteriormente. A própria divisão de um veículo em editoriais dá uma noção da fragmentação de múltiplas realidades que devem ser contempladas com a informação noticiosa. O segundo pilar, a objetividade, é por si só uma ilusão. Resende (2002) diz que o discurso jornalístico, ainda que escrito em terceira pessoa e livre de adjetivos, é composto por diferentes universos sócio-culturais, logo, pode ser compreendido como um ato semiótico. Uma mesma matéria vai ser escrita, lida e interpretada de maneiras diversas, por estar atrelada às vivências do leitor, das fontes e do repórter. “Repensar o ato jornalístico, portanto, implica conceber, nele, a coexistência de atores, tanto os que o provocam como os que são por ele provocados; um processo, por excelência, relacional” (RESENDE, 2009, p. 40). Assim, reportagens ditas factuais, independentemente da intenção do jornalista, contam com um pouco de ficção. O último pilar, a atualidade, ancora-se no tempo e no interesse público, levantando alguns questionamentos: a notícia deve ser relevante e recente para quem? A qual público estamos nos dirigindo? E a que mídia? Ou seja, tal qual a realidade, a atualidade não pode ser pensada enquanto algo singular, dado que está ligada a inúmeras perguntas e possíveis respostas distintas (RESENDE, 2002).

Como foi apresentado nessa seção, é possível afirmar que a literatura e o jornalismo se permitem confluir, resultando em textos jornalísticos de cunho literário. Esta conciliação, quando bem trabalhada, faz surgir reportagens aprofundadas, detalhadas e capazes de humanizar os seus protagonistas, aproximando os leitores da história narrada.

## 2.1 Novo Jornalismo

A partir do início do século XX até meados da década de 1960, a comunidade literária enxergava os jornalistas como integrantes da mais baixa classe intelectual. Os romancistas pertenciam ao topo da pirâmide e a classe média consistia nos “homens de letras”, críticos, ensaístas, biógrafos e historiadores. Na verdade, conforme descreve Tom Wolfe (2005, p. 44), “os jornalistas [...] ficavam tão embaixo na estrutura que mal eram notados”, especialmente ao se tratar daqueles que escreviam para suplementos dominicais ou revistas populares, que eram considerados inferiores pelos literatos.

O Novo Jornalismo surgiu em um contexto de transição, mudanças e contracultura – um momento de revisão dos conceitos e dos valores – éticos, morais e filosóficos – que regiam a sociedade, não somente dos Estados Unidos, mas em diversos países. “Sob este ângulo, o modo de escrever dos jornalistas procurava acompanhar a avalanche de acontecimentos que se inscrevia na vida das pessoas” (RESENDE, 2002, p. 21). Os jornalistas passaram a narrar os fatos sociais e culturais que os romancistas, apegados ao mito e à fantasia, insistiam em desconsiderar, dando voz aos mais variados personagens. O jornalismo literário era utilizado desde os primórdios da imprensa e foi reapropriado pelos “novos jornalistas”, interessados em narrar histórias de forma subjetiva e, consequentemente, pessoal.

O jornalismo desenvolvido com base em técnicas literárias, já produzido em tempos passados, voltou aos poucos a ganhar espaço entre os redatores de reportagens especiais. Não há um consenso por parte de pesquisadores quanto à data de surgimento da expressão “Novo Jornalismo”, mas acredita-se que ela tenha ganhado força nos anos 1960, com Talese, Wolfe e Capote – alguns dos expoentes anteriormente citados. No princípio, o grupo dos “novos jornalistas” foi duramente criticado. Ao narrarem histórias que mais se assemelhavam aos contos do que às reportagens, os jornalistas estavam invadindo um espaço que pertencia, anteriormente, apenas aos romancistas. Afinal, como Wolfe (2005) ironiza, somente seres superiores tinham o direito de adentrar a alma humana e trazer à superfície todos os sonhos e temores enclausurados na alma.

O Novo Jornalismo foi alvo da mesma descrença sofrida pelo próprio romance realista nos séculos XVIII e XIX, na Inglaterra. As produções decorrentes de ambos os movimentos eram tachadas de moralmente irresponsáveis, efêmeras e superficiais, tornando-se incapazes de exercitar o pensamento do público por serem puramente destinadas ao entretenimento (WOLFE, 2005). Havia

ainda o questionamento sobre a veracidade do que se estava narrando nas reportagens, alguns textos foram tomados como mentira ou invenção: a justificativa, segundo Wolfe (2005), era a de que diálogos e situações verídicas não poderiam ser tão interessantes. “A ilusão de ficção criada por esta nova forma de se fazer jornalismo deu margem para a crítica mais conservadora que, entre outras coisas, acusou este novo gênero, ou sub-gênero, de ser impressionista e muitos lançaram um olhar de desconfiança à realidade narrada” (FONTANA, 2006, p. 328). O movimento demorou a ganhar a confiança dos escritores de obras literárias e do público em geral.

Wolfe (2005) salienta que *A Sangue Frio*, escrito por Capote, revelou-se uma grande surpresa para quem julgava que o Novo Jornalismo não passava de modismo – algo que se esgotaria em poucos anos. Por meio dele, descobriu-se um mundo de matérias envolventes e humanizadoras. O narrador, previamente omissivo e discreto, transformou-se em parte da história, auxiliando na imersão dos leitores. Para Wolfe (2005, p. 32), “Isso nada tinha a ver com objetividade e subjetividade, ou com assumir uma posição ou ‘compromisso’ – era uma questão de personalidade, de energia, de tendência, de bravura... Numa palavra, de estilo”. Mas Capote não gostava de ser chamado de jornalista e deu a sua obra o nome de “romance de não-ficção”.

De acordo com Olinto (2008, p. 13), “o jornalismo já foi chamado de ‘literatura sob pressão’. [...] Contudo, por maior que seja essa pressão, o jornalismo tem as mesmas possibilidades que a literatura, de produzir obras de arte”. Reconhecemos que nem todo trabalho jornalístico possui as qualidades necessárias para ascender à categoria artística, mas, eventualmente, alguns deles o conseguem – como é o caso de diversas grandes reportagens dos “novos jornalistas”, tais quais *Fama e Anonimato*, de Gay Talese e *Os Exércitos da Noite*, de Norman Mailer. O movimento do Novo Jornalismo foi baseado na compreensão de que é possível escrever não-ficção utilizando recursos literários comuns aos contos e aos romances. Wolfe procurava os melhores métodos visando satisfazer os anseios dos leitores da época que, em sua inquietação para entender as mudanças verificadas na sociedade dos anos 1960, demandavam textos mais aprofundados. Ainda hoje, o jornalismo literário se alicerça nas quatro técnicas listadas por Tom Wolfe (2005): a construção cena a cena, o diálogo, o ponto de vista e o detalhe.

A construção cena a cena ocorre quando se narra aquilo que é presenciado pelo jornalista, ambientando o leitor em um determinado contexto. É preciso abandonar a prática – recorrente nas redações – de fazer matérias por telefone ou e-mail, uma vez que a elaboração de uma boa reportagem exige o acompanhamento integral e presencial dos fatos a serem noticiados. Nos artigos de

Wolfe (2005), o narrador penetra e investiga esferas variadas, explorando locais, pessoas e possibilidades de acontecimentos. O Novo Jornalismo é resultado de uma experimentação motivada pela inquietude e pela vontade de contar histórias.

Um bom exemplo desse recurso, entre muitas reportagens escritas por Wolfe, é o artigo *O último herói americano*. Logo no trecho inicial do texto, percebe-se o que o autor chama de construção cena a cena: “Dez da manhã de domingo nas colinas da Carolina do Norte. Carros, quilômetros de carros em todas as direções, milhões de carros [...], todos indo para a corrida de stock-car, e aquele velho sol maternal da Carolina do Norte explodindo nos pára-brisas” (WOLFE, 2005, p. 87). No recorte, nota-se a tentativa do jornalista de descrever um cenário e posicionar o leitor frente ao contexto narrado – uma manhã ensolarada de domingo, com vários carros indo em direção à corrida.

Reproduzir conversas relevantes com os entrevistados é uma alternativa eficaz para possibilitar a imersão do público. “O diálogo realista envolve o leitor mais completamente do que qualquer outro recurso” (WOLFE, 2005, p. 54). Diálogos produzem efeitos de realidade, garantindo a confiança do leitor na história. Eles tornam a leitura mais agradável e, o texto jornalístico, mais próximo do romance ou do conto. A partir do diálogo os próprios personagens se apresentam ao leitor, muitas vezes sem o auxílio de descrições adicionais. O tipo de linguagem e a maneira pela qual se expressam falam muito mais sobre eles do que qualquer narrador poderia (WOLFE, 2005).

Em “*A garota do ano*”, um perfil da jovem socialite Jane Holzer, Wolfe (2005) utiliza o diálogo para evidenciar as principais características da personagem:

“Oi, Isabel”, diz Jane. “Olá, Jane”, diz Isabel. “Quer ir lá atrás do palco?”, diz Jane, que tem de falar por cima de todo mundo. “Lá atrás?”, diz Isabel. “Com os Stones!”, diz Jane. “Eu estava lá atrás do palco com os Stones. Eles são *divinos!* Sabe o que o Mick disse para mim? Disse: ‘Vamos lá, *love*, dá um beijinho!’”. Mas Isabel virou-se para dizer alguma coisa a alguém. “Isabel!”, diz Jane. (WOLFE, 2005, p.139).

Este breve diálogo mostra que a personagem Jane é uma garota popular, desinibida, com muitos contatos e sedenta de atenção. Wolfe (2005) poderia ter recorrido aos adjetivos e contado de forma mais objetiva as características da personagem, mas a credibilidade da informação é maior quando fica claro que ela provém da própria fonte. Para o leitor, é como se ele mesmo estivesse observando o desenrolar do diálogo e, assim, conseguisse tirar conclusões próprias, em vez de acreditar somente na visão do jornalista.



A terceira técnica é o ponto de vista, que permite penetrar no psicológico das fontes e mostrar ao leitor o que elas estão pensando. É interessante salientar que cada cena pode conter o ponto de vista de múltiplos sujeitos, tal como explica Wolfe (2005). O autor acredita que o jornalista se limita quando decide contar uma história em primeira pessoa, uma vez que sua percepção do acontecimento é irrelevante se comparada às reflexões dos protagonistas da reportagem. Os personagens, nesse caso, são construídos pelo entrecruzamento de discursos e o narrador está autorizado a divagar, mesclando passado, presente e futuro. O repórter deixa a suposta imparcialidade de lado e permite-se ser humano, reconhecendo-se no texto que escreve. A fim de entender os pensamentos dos entrevistados, é preciso que se pergunte a eles a respeito disso. “Entreviste-o sobre seus sentimentos e emoções, junto com o resto” (WOLFE, 2005, p. 55).

Vale lembrar, portanto, que a verdade jornalística não é incontestável, porque é subordinada a um instrumento: a palavra. A escolha de palavras, por sua vez, está atrelada a uma série de variáveis, como o estado de espírito do escritor. Uma vez que os sentimentos do jornalista são capazes de influir na redação de um texto, é possível inferir que a linha entre o factual e o ficcional é tênue. Segundo Resende (2002), mesmo os discursos ficcionais são plenos de verdade. E o texto jornalístico – principalmente o do jornalismo literário – está repleto de ficção. Os detalhes, o quarto recurso proposto por Wolf (2005), são exemplo disso. Fundamentam-se no registro dos pequenos elementos que compõem um cenário:

[...] gestos, hábitos, maneiras, costumes, estilos de mobília, roupas, decoração, maneiras de viajar, comer, manter a casa, modo de se comportar com os filhos, com os criados, com os superiores, com os inferiores, com os pares, além dos vários ares, olhares, poses, estilos de andar e outros detalhes simbólicos do dia a dia que possam existir dentro de uma cena (WOLFE, 2005, p. 55).

A seleção de quais detalhes evidenciar deve ser cuidadosa e atenta, pois eles não podem ser inseridos na reportagem com intuito de embelezar a narrativa, mas de engrandecer o seu significado e auxiliar na compreensão do que se está narrando. Os detalhes são importantes por sua capacidade de humanizar os personagens e aproximar o público da história.

O detalhamento do ambiente, as expressões faciais, os costumes e todas as outras descrições só farão sentido se o repórter souber lidar com os símbolos. Se puder atribuir significados a eles e, mais importante ainda, se tiver a sensibilidade para projetar a ressignificação feita pelo leitor (PENA, 2006, p.55).

A “literatura do fato”, outro nome atribuído ao Novo Jornalismo, procura reproduzir histórias sem atentar ao extremo rigor factual prezado pelo modelo jornalístico tradicional.

Hollowell (1979), acrescentou dois recursos aos quatro estabelecidos por Wolfe (2005). O primeiro foi denominado de “monólogo interior” ou “fluxo de consciência”, ou seja, uma transcrição complexa dos pensamentos dos personagens, conduzida pelo narrador e jornalista. O segundo é a técnica da caracterização composta – a utilização de um personagem fictício para representar um conjunto de pessoas reais –, um tanto problemática por se aproximar da generalização e fugir ao escopo do jornalismo, que deve ser fundamentado em fatos, e não ficção.

Ainda sobre os recursos, Resende (2002) ressalta que o estilo de Tom Wolfe – e dos “novos jornalistas” – é melhor compreendido se associado ao cubismo<sup>7</sup>. A pluralidade de olhares é uma marca característica do texto de Wolfe (2005). Em ambos os casos, o interesse reside concomitantemente “no que é e no que *pode ser*” (RESENDE, 2002, p.84). Mas é essencial lembrar que aplicar os quatro recursos em um texto jornalístico não o torna automaticamente um trabalho de jornalismo literário. O envolvimento necessário a uma reportagem no estilo dos grandes nomes do gênero vai além da contemplação de regras. De fato, é exatamente a não obrigatoriedade do cumprimento de fórmulas prontas que faz do jornalismo literário um modelo diferenciado. O entrelaçar dos dois campos se dá na sutil escolha de palavras.

No Brasil, jornalismo e literatura se confundiram até os primeiros anos do século XX. Muitos autores nacionais, tais como Machado de Assis, Raul Pompéia, Aloísio de Azevedo, José de Alencar, Visconde de Taunay e Manuel Antônio de Almeida, encontraram nos jornais um meio alternativo de sustento e por meio deles conquistaram a notoriedade necessária para alavancar suas carreiras. Na Bahia, em 1812, criou-se o primeiro jornal literário brasileiro. Intitulado *As Variedades* ou *Ensaio de Literatura*, foi fundado por Diogo Soares da Silva de Bivar, um português formado em Coimbra (ARNT, 2001). O primeiro folhetim veio não muito tempo depois, em 1838: *Capitão Paulo*, publicado no *Jornal do Comércio*, do Rio de Janeiro. Entretanto, a obra que consagrou o gênero foi *O Guarani*, de José de Alencar, que circulou entre fevereiro e abril de 1857, no *Diário do Rio de Janeiro*. O livro representou um marco na história dos folhetins, fazendo com que estes passassem a ser chamados de “literatura popular” (STRELOW, 2008).

Em 1902, o escritor Euclides da Cunha publicou “Os Sertões”, texto que por muitos é considerado como uma das primeiras experiências brasileiras em termos de livro-reportagem<sup>8</sup>. Olinto (2008) lembra que o método da crônica para narrar um acontecimento, tal qual foi utilizado na pu-

<sup>7</sup> Os artistas cubistas se esforçavam para representar múltiplas visões da realidade em suas obras, justapondo ângulos diferentes. Construía-se uma unidade espaço-temporal para que o quadro deixasse de ser um suporte reprodutor de contextos e passasse a dispor ele próprio de uma realidade autônoma (RESENDE, 2002).

<sup>8</sup> A obra narra a Guerra de Canudos (1896 a 1897) em três partes: “A terra”, “O homem” e “A luta”.

blicação de *Os Sertões*, originou-se na Grécia Antiga. Já ao longo da Idade Média, a crônica era um recurso que auxiliava as pessoas a transmitirem às próximas gerações os detalhes da história de um povo ou comunidade. Outro precursor do estilo de escrita literária foi o jornalista e cronista João Paulo Barreto, mais conhecido pelo pseudônimo João do Rio, cujos textos contemplaram as transformações urbanas do Rio de Janeiro, no início do século XX. “Sua contribuição consiste na observação detalhada da realidade, na coleta de informações, na descrição de ambientes, no ritmo narrativo concentrado que consegue ultrapassar o tempo jornalístico imediato” (FONTANA, 2006).

É interessante lembrar que um dos pioneiros do jornalismo literário no Brasil foi Joel Silveira (1918 – 2007). Silveira “defendia a tese de que o estilo chamado ‘grande reportagem’, mais do que uma mera alternativa da imprensa, era a válvula de escape para toda a voz reprimida na ditadura do Estado Novo, de 1937 a 1945” (PENA, 2006, p. 65). Com apenas 26 anos, Silveira cobriu a Segunda Guerra Mundial para os *Diários Associados*, sendo o mais novo entre os correspondentes internacionais. O repórter também escreveu para diversos veículos – *Última Hora*, *O Estado de São Paulo*, *Diário de Notícias*, *Correio da Manhã e Manchete* –, somando mais de sessenta anos de carreira. Foi apelidado por Assis Chateaubriand de “a víbora”, devido ao seu estilo crítico e impactante (PORTARI, 2005).

A partir da década de 1950, os jornais brasileiros passaram por diversas reformulações e abandonaram grande parte do caráter literário, influenciados pela dinâmica das redações consolidada nos Estados Unidos no mesmo período. Este estilo foi o princípio do modelo jornalístico noticioso que se popularizou e segue nas redações atualmente – a modalidade visa notícias concisas, diretas, informativas e apropriadas para uma leitura rápida. Além disso, o texto dá menos vazão aos valores estéticos, porque precisa respeitar as condições estabelecidas pelo mercado. Autores como Olinto (2008) e Pereira Lima (1998) criticam esta industrialização do jornalismo, argumentando que ela levaria a uma supressão do lado mais humano de uma reportagem. “O fato de, no jornalismo como profissão, existir um grande número de pessoas que prezam apenas o que ele tem de não-criador, é oriundo daquela necessidade de esquematização capaz de ocultar a parte viva de uma reportagem” (OLINTO, p. 31, 2008). Para Edvaldo Pereira Lima (1998), a pirâmide invertida e o *lead*, utilizados nesta fase menos literária, depreciam o texto, prejudicando a qualidade final da mensagem.

A fórmula tende a colocar em primeiro plano os aspectos materiais, concretos de um acontecimento. Com essa abordagem, perdem-se muitas vezes componentes sutis e subjacentes que são, em certas circunstâncias, extremamente relevantes para se compreender o real em sua totalidade material e física – no nível das ações –, de um lado, em sua totalidade subjetiva – no nível do significado psicológico e da res-

sonância emocional –, de outro (PEREIRA LIMA, p. 21-22, 1998).

No Brasil, em relação ao predomínio do *lead* e de matérias padronizadas após os anos 1950, o Novo Jornalismo também encontrou espaço – em especial no *Jornal da Tarde* e na revista *Realidade*. O *Jornal da Tarde*, fundado em 1966, almejava a produção de textos criativos e irreverentes. Nos primeiros anos de existência, manteve uma tradição de veicular grandes reportagens (matérias extensas e aprofundadas), embora, por ser um jornal diário, não pudesse deixar de publicar notícias menores e de caráter exclusivamente informativo. As características literárias estavam presentes nas reportagens de comportamento e nos suplementos culturais. O diferencial do jornal era a capacidade de experimentação nas mais variadas editorias, como a de polícia, por exemplo.

Ainda que a revista *Realidade* dispusesse de edições mensais, a semelhança desta com o *Jornal da Tarde* não era pequena. Também originada em 1966, a *Realidade* foi notável pela pretensão literária, especialmente em sua primeira fase (de 1966 a 1968), durante a qual circularam matérias que exigiam semanas de apuração detalhada (JORGE; BARROS, 2011). No decorrer de dez anos, a revista ganhou sete prêmios Esso de Jornalismo e foi campeã em vendas, chegando a marca de 466 mil exemplares comercializados em um único mês. Com o fechamento da revista, em 1976, a grande reportagem literária perdeu força no país (ORSATTO, 2009). Hoje, o jornalismo literário e cultural está presente no Brasil em revistas como a *Piauí*, a *Brasileiros* e a *Rolling Stone*.

### 3. *Rolling Stone* e a construção de perfil

O jornalismo de revista não possui uma definição simples. Assim como o jornalismo tradicional, o de revista busca ser plural, apresentando diferentes percepções sobre o mundo, sobre si e sobre o outro. No entanto, Benetti (2013) descreve o jornalismo de revista como um modo de conhecimento e um discurso dotado de uma série de características principais:

[...] é segmentado por público e por interesse; é periódico; é durável e colecionável; tem características materiais e gráficas distintivas dos demais impressos; exige uma marcante identidade visual; permite diferentes estilos de texto; recorre fortemente à sinestesia; estabelece uma relação direta com o leitor; trata de um leque amplo de temáticas e privilegia os temas de longa duração; está subordinado a interesses econômicos, institucionais e editoriais; institui uma ordem hermenêutica do mundo; estabelece o que julga ser contemporâneo e adequado; indica modos de viver o presente; define parâmetros de normalidade e de desvio; contribui para formar a opinião e o gosto; trabalha com uma ontologia de emoções (BENETTI, 2013, p. 55).

O tempo da revista difere do tempo do jornal, visto que não há uma urgência na publicação de informações, possibilitando maior aprofundamento nas pautas. Isso se deve ao fato de as revistas terem periodicidades variadas, podendo ser semanais, quinzenais ou mensais. As revistas preocupam-se com as notícias contemporâneas, mas há mais tempo para apurar e escrever o texto, que não precisa ser publicado de imediato. E, enquanto o papel do jornal é apresentar um panorama dos acontecimentos que se fazem notáveis socialmente, as revistas costumam trazer informações relativas a uma área específica, podendo apresentar diferentes perspectivas sobre um mesmo assunto e, ainda, com mais detalhes e profundidade. Nessa lógica, destaca-se a segmentação de área de interesse e de público.

A revista associa-se originalmente à ideia da segmentação. Uma segmentação não só de público, mas também de especialidade temática, de competências e exigências profissionais e discursivas. Um tipo de publicação que exige e determina um tipo de texto, um tipo de cobertura e um tipo de audiência. Nesse sentido, a revista – assim como o jornalismo que a faz e que por ela é feito – mais que olhar para uma realidade que é complexa, possui, ela mesma, uma série de características próprias, também permeadas por complexidades (TAVARES, 2008, p. 2).

Frente a multiplicidade de assuntos e de especialidades que esses periódicos apresentam, pode-se dizer que “para saber sobre outro tema, é necessário ler outra revista” (BENETTI, 2013, p.46).

Ainda nesse contexto, as revistas são capazes de criar um sentimento de pertença. Ter, por exemplo, a *Rolling Stone* em mãos pode dizer muito sobre qualquer pessoa. O estereótipo em torno

do veículo nos permite enquadrar o leitor em um grupo: se lê a *Rolling Stone*, deve ser jovem, fã de cultura pop; se lê a *Piauí*, é um intelectual de esquerda; se lê a *Veja*, alinha-se com uma ideologia de direita. Todavia, nem sempre os estereótipos correspondem à realidade.

Vale lembrar que o jornalista, ao escrever seus textos, projeta a imagem de um leitor ideal, ou seja, um leitor que o repórter idealiza durante a construção do texto e que teria plena capacidade de aderir ao posicionamento expresso na publicação ou assimilar o conteúdo em sua totalidade, exatamente da forma que o autor ou jornalista quis que ele compreendesse.

É comum nas redações caracterizar o leitor, tarefa que exige um bocado de criatividade. Na verdade, inventa-se um leitor. Você pode dar a essa pessoa um nome, um trabalho, um endereço e tudo o mais que sirva a sua caracterização. Esse leitor imaginário se torna, para todos os efeitos, alguém real que incorpora o espírito da revista. Se esse leitor é bem retratado, torna-se alguém em quem se pensa, de quem se fala, com quem se discute e, acima de tudo, com quem se conversa (ALI, 2009, p. 33).

Esse leitor ideal ou imaginário não integra uma audiência passiva, e sim um público inclinado a concordar ou a se interessar pelas informações expressas na matéria. Parte-se do princípio de que, se a pessoa está lendo determinada revista, ela terá uma base de conhecimentos necessários a tanto ou terá a vontade de aprender sobre o assunto. Uma revista voltada ao público jovem, por exemplo, não precisa, na maioria das vezes, explicar o que é uma *hashtag*, mas se a publicação fosse direcionada ao público que não está familiarizado com o ambiente digital, a explicação seria indispensável. Nesse sentido, “a segmentação é o eixo norteador do jornalismo de revista, exigindo que o jornalista trabalhe com alguns perfis básicos de leitores, cujos interesses e expectativas devem ser contemplados” (BENETTI, 2013, p. 50-51).

Então, na verdade, o leitor ideal fica no mundo das vontades e das ideias do autor, enquanto quem de fato consome o produto e a informação é o leitor real. Dependendo de como o leitor real interpreta ou adere à informação publicada, tem-se um contrato de comunicação. Esse contrato pode ser rompido a qualquer momento: basta o leitor não concordar com o que foi dito, sentir-se traído pelo posicionamento ideológico político ou ferir os valores da informação noticiosa (BENETTI, 2013).

As revistas têm o dever de serem não apenas atuais, mas uma situação única a ser experienciada. Para manterem-se relevantes, precisam inspirar a ritualização do seu consumo.

[...] não é suficiente informar, trazer os principais acontecimentos e apresentar o estatuto de algo que merece ser debatido; é preciso também construir um vínculo

emocional, para que o leitor sinta a revista como ‘sua’, como parte da rotina, como necessidade, como algo a ser esperado e cujo consumo possa ser ritualizado (BENNETTI, 2013, p. 47).

É nesse sentido que a atenção dada tanto para a qualidade das reportagens e linguagem, quanto para o tipo de informação que determinado modelo de leitor demanda, torna-se imprescindível para o desenvolvimento de um vínculo com o público. O diferencial da revista reside, assim, no aprofundamento de um assunto, no seu caráter perene – pois ela pode ser guardada e colecionada –, na atenção dada ao tipo de público para o qual se destina e na profundidade das informações publicadas.

### 3.1 A história da revista *Rolling Stone*

A fim de apresentar brevemente a trajetória da revista *Rolling Stone* utilizaremos, neste capítulo, o livro *Rolling Stone Magazine: the uncensored history*, escrito por Robert Draper e publicado em 1990. Além dele, devido à escassa bibliografia referente à história da revista, recorreremos a alguns websites nacionais e estrangeiros, como as páginas oficiais da *Rolling Stone* – nas versões internacional e brasileira –, e a outros portais voltados para o meio musical, entre eles o blog *Rock Hall*<sup>9</sup> – conhecido ainda como *The Rock and Roll Hall of Fame*.

Fundada em 1967 por Jann Simon Wenner e Ralph Joseph Gleason, a revista *Rolling Stone* teve seu nome inspirado por artistas como o músico Muddy Waters – consagrado pela música *Rollin’ Stone* –, Bob Dylan, que gravou o hit *Like a Rolling Stone*, e a banda inglesa *Rolling Stones*. Criada em um período marcado pela contracultura, a publicação tinha como ponto forte suas reportagens a respeito de música e política. Com o tempo, passou a abranger outros temas, focando no entretenimento: filmes, bandas, livros, séries e cultura pop em geral.

Para poder se dedicar integralmente à revista quinzenal, Jann Wenner, com 20 anos, deixou a Universidade de Berkeley. Na época, ele dividia a posição de editor da *Rolling Stone* com o crítico musical Ralph Joseph Gleason<sup>10</sup>, o qual contribuiu com a publicação até o seu falecimento, em 1975. Aliando a experiência no meio musical e os contatos de Gleason ao espírito empreendedor de Wenner, eles conseguiram juntar 7.500 dólares entre amigos e investidores e, assim, deram início ao

---

<sup>9</sup> Disponível em: <<http://www.rockhall.com/>>. Acesso em: 23 de abril de 2016.

<sup>10</sup> Os dois se conheceram por meio de alguns amigos feitos por Wenner enquanto estudante de Berkeley e cimentaram sua relação com base em uma paixão em comum: a música.

projeto da revista (DRAPER, 1990).

O primeiro exemplar da *Rolling Stone*, lançado em 9 de novembro de 1967, trazia na capa uma fotografia de John Lennon e, como reportagem principal, uma matéria a respeito do *Monterey International Pop Music Festival* – um festival de música pop ocorrido em junho de 1967, na cidade norte-americana de Monterey, na Califórnia. O estilo gráfico dessa primeira publicação não lembrava muito o das revistas tradicionais: com suas páginas em preto e branco e diagramação diferente em relação às revistas da época, assemelhava-se mais aos jornais da década de 1960 (CAVALCANTI, 2012).

De acordo com a biografia de Wenner, publicada em seu site pessoal, a *Rolling Stone* tinha como propósito ser a voz de toda uma geração. “Tratando os interesses da juventude cada vez mais vocal da América com uma seriedade até então desconhecida, a *Rolling Stone* falou para – e por – uma geração inteira” (WENNER, [201-], tradução nossa<sup>11</sup>). Em seu primeiro ano de publicação, estampou na capa da revista artistas não apenas famosos, mas ícones da contracultura e representantes das reivindicações juvenis, tais como Tina Turner, Eric Clapton, Jimi Hendrix e os Beatles.

Desde o início, a proposta da *Rolling Stone* consistiu em divulgar reportagens aprofundadas, nas quais tanto os jornalistas quanto as fontes dispunham de liberdade plena para serem verdadeiros em seus textos e respostas (DIAS, 2007). Combinando a apuração detalhada com a checagem de informações e longas entrevistas, tentava-se reproduzir no papel um depoimento fiel do que as celebridades realmente pensavam sobre o mundo. Contudo, nem sempre tinham sucesso em falar a verdade, se aproximando de uma textualidade “artificializada”, o que era um risco inerente ao trabalho jornalístico. Como coloca Villas Boas (2003) ao falar sobre perfis jornalísticos:

[...] o perfilado não é exatamente um modelo em pose. Sua imagem não pode ser pretendida, portanto, e talvez nem se considere que ela seja plenamente natural ou espontânea. [...] espontaneidade e artificialidade são oportunismos. Há casos em que a pessoa representa bem um papel, baseada em suas próprias projeções (VILLAS BOAS, 2003, p. 19).

No entanto, mesmo cometendo alguns erros, como o mencionado acima, ao oferecer um conteúdo rico, criativo e de qualidade, a revista se diferenciou das demais publicações daquela década, as quais desaprovavam a nova cena musical e que não estavam atentas às necessidades do público jovem. O posicionamento da *Rolling Stone*, publicado na Carta do Editor<sup>12</sup> do primeiro volume da

<sup>11</sup> No original: “Treating the interests of America’s increasingly vocal youth with seriousness unknown before, *Rolling Stone* spoke to – and for – an entire generation”. Disponível em: <<http://www.jannswenner.com/Biography/>>. Acesso em: 23 de abril de 2016

<sup>12</sup> Disponível em: <<http://www.rollingstone.com/coverwall/1967>>. Acesso em: 23 de abril de 2016.



revista, já assegurava a preocupação não só com o cenário musical, mas com o contexto no qual a música estava inserida na época. “*Rolling Stone* não é apenas sobre música, mas também sobre as coisas e atitudes que a música abraça” (WENNER, 1967, tradução nossa<sup>13</sup>).

Embora tenha se tornado um sucesso de vendas ainda no final da década de 1960, o periódico atingiu seu ápice em meados dos anos 1970, quando a circulação chegou a 600 mil exemplares. Em 1972, a banda Dr. Hook & the Medicine Show gravou a música *The cover of Rolling Stone*, de autoria de Shel Silverstein. Na canção, que propunha uma sátira à indústria musical, o grupo lamentava o fato de ainda não ter aparecido na capa da *Rolling Stone*, apesar de dispor de todos os atributos necessários para que isso ocorresse – entre os quais se destacavam as fãs submissas, o uso de drogas e os solos frenéticos de guitarra. Mesmo sendo uma crítica, a música reforçava o sucesso da publicação na época e o *status* imediato que estampar uma capa da *Rolling Stone* poderia conceder a uma banda (DIAS, 2007).

Na primeira da metade da década de 70, as coberturas políticas da revista ganharam força com a contribuição do jornalista Hunter S. Thompson – expoente do modelo gonzo de reportar –, que colaborou com a *Rolling Stone* até 2005. Foi também nesta época que, além de ajudar a impulsionar a carreira de bandas, o periódico auxiliou na projeção dos trabalhos de muitos escritores, entre eles Lester Bangs, Joe Klein, Patti Smith, Joe Eszterhas e Cameron Crowe. Em 1977, sua matriz foi transferida da Califórnia para Nova York, nos Estados Unidos, aproximando a revista e seus repórteres de celebridades e das grandes agências de publicidade. O ano foi um marco na história da revista que, a partir deste momento, começou a focar menos em questões políticas e mais em redigir perfis de famosos, perdendo um pouco da seriedade inicial. Também foi nesse período que inaugurou diversas filiais ao redor do mundo (BUFFINGTON, 200-).

Entre 1990 e os anos 2000, a *Rolling Stone* sofreu novas alterações, reinventando-se na intenção de apelar a um público ainda mais jovem e explorar novas temáticas – como a crescente relevância de computadores pessoais e da internet. Em reportagem escrita pela jornalista Alexandra Fagan e publicada no site *Rock Hall*, o próprio Jann Wenner justificou a mudança de foco, dizendo: “Quando a *Rolling Stone* começou, a música era o único meio disponível para pessoas jovens se expressarem e compartilharem ideias. Hoje, tudo é aberto aos jovens e suas preocupações e valores: televisão, jornais, livros e todas as coisas imagináveis” (FAGAN, 2013, tradução nossa<sup>14</sup>). Para con-

<sup>13</sup> No original: “*Rolling Stone* is not just about music, but also about the things and attitudes that the music embraces”.

<sup>14</sup> No original: “When *Rolling Stone* started, music was the only medium available to young people to express themselves and share ideas. Now everything is open to young people and their concerns and values: television, newspapers, books, every medium imaginable”. Disponível em: <[http://rockhall.com/blog/post/10252\\_rolling-stone-first-issue-cover](http://rockhall.com/blog/post/10252_rolling-stone-first-issue-cover)>

tinuar competitiva em um mundo onde os jovens têm mais acesso às informações de seu interesse, a revista se ateve a explorar melhor os assuntos atrativos a este público.

No ano de 2003, a *Rolling Stone* passou a ganhar edições especiais no formato de rankings: os maiores guitarristas, os melhores álbuns, as músicas de maior sucesso, entre outros destaques. Já em 2006, para comemorar a milésima edição do periódico, publicou uma das capas mais caras da história, cujo custo total foi de 1 milhão de dólares. A capa era tridimensional, brilhante e homenageou o disco *Sgt. Pepper's Lonely Hearts Club Band*, álbum clássico lançado pelos Beatles em 1967, com um mosaico de pessoas importantes nas áreas da literatura, televisão e, é claro, da música (DIAS, 2007).

Atualmente, a revista *Rolling Stone* continua presente nos Estados Unidos e em diversos outros países, como o Japão, Itália, Alemanha, México, Espanha, China, Índia e Brasil. Com mais de doze milhões de leitores<sup>15</sup>, é uma das principais publicações relacionadas ao mundo da música e à cultura popular em todo o mundo (WENNER, [201-]). No Brasil, a revista passou por dois momentos: o primeiro na década de 1970 e, o segundo, iniciado em 2006 e mantido até hoje.

A duração do primeiro momento da revista no Brasil foi curta, totalizando apenas 36 edições. A primeira delas foi publicada em novembro de 1971 e levava Gal Costa na capa. O período era de ditadura militar mas, em consonância com o *rock and roll*, as mensagens que a *Rolling Stone* tentava passar eram de anarquismo e pensamento crítico sobre a situação do país (ROCHA, 2006).

A redação nacional da revista, situada no Rio de Janeiro, era comandada por Luiz Carlos Maciel – dramaturgo, roteirista, escritor e responsável pela coluna intitulada *Underground*, do periódico *O Pasquim*, símbolo de resistência do movimento alternativo na ditadura. Os direitos de publicação da *Rolling Stone* no Brasil pertenciam ao físico nuclear Mick Killingbeck e a um grupo de outros investidores. Killingbeck escolheu Maciel como editor após sondar o mercado nacional. No final de 1972, a revista começou a circular de modo pirata, devido à falta de pagamento dos *royalties* à matriz norte-americana (ROCHA, 2006).

A RS americana cobrava royalties que nunca foram pagos. Depois de não sei quantos meses, eles pararam de nos mandar material – fotos e textos que vinham todas as quinzenas. A partir daí, tínhamos que simplesmente roubar – o que não nos incomodava, pois éramos alternativos e acreditávamos na propriedade coletiva de tudo. Por ideia do Lapi [ilustrador e editor de arte] ou do Joel Macedo ou de ambos, a

---

story/>. Acesso em: 23 de abril de 2016.

<sup>15</sup> Referente ao número global de leitores. Dado de 2007. Disponível em: <<http://www.revistapublicitta.com.br/acao/news/rolling-stone-1-ano-mexendo-com-a-sua-cabeca/>>. Acesso em: 23 de abril de 2016.

confissão ‘pirata’ passou a aparecer abaixo do logotipo. A pirataria era um valor positivo na contracultura (MACIEL, 1973 *apud* ROCHA, 2006<sup>16</sup>).

A versão “pirata” não resistiu por muito tempo. A dificuldade de distribuição e manutenção do projeto<sup>17</sup> levou ao fim, em 5 de janeiro de 1973, este primeiro momento da *Rolling Stone*. Em outubro de 2006, nas mãos de novos proprietários, a versão brasileira da *Rolling Stone* renasceu, autointitulando-se como a “maior e mais importante revista de entretenimento do mundo”<sup>18</sup>. Nessa retomada, a primeira edição, que trazia na capa a modelo gaúcha Gisele Bündchen, contou com uma tiragem mensal de 100 mil exemplares. Desta vez, a responsável pela publicação foi a editora Spring, uma empresa do grupo Spring de Comunicação, fundado em 2004 por José Roberto Maluf e Miguel Civita<sup>19</sup> (ADNEWS, 2013).

Na nova fase da *Rolling Stone* nacional, as reportagens seguem a linha do que é publicado pela matriz, com matérias de entretenimento e cultura pop – alguns artigos, inclusive, são traduções da *Rolling Stone* norte-americana. Também possui edições especiais<sup>20</sup>, nas quais são apresentados alguns rankings – entre eles, “As 100 maiores músicas brasileiras” e “500 maiores álbuns de todos os tempos” – ou reportagens exclusivas sobre um tema específico da atualidade, como os especiais já publicados sobre *O Hobbit*, *John Lennon* e *Pink Floyd*. A *Rolling Stone* brasileira, hoje<sup>21</sup> em sua 116ª edição, serve de objeto empírico deste trabalho.

### 3.2 O perfil jornalístico e o perfil na *Rolling Stone*

Conforme Villas Boas (2013), foi a partir da década de 1930 que os periódicos passaram a apostar na publicação de perfis literários, retratando figuras importantes da época de forma mais humana, em um misto de jornalismo e literatura. Assim, o perfil tornou-se marcante em revistas estrangeiras relevantes, como *Esquire*, *Vanity Fair*, *The New Yorker* e *Life*, *Harper's*. No Brasil, era comum em *O Cruzeiro* e na *Realidade*. Villas Boas (2013) aponta algumas das características presentes nos textos biográficos da revista *Realidade*. Muitos dos atributos citados por ele são comuns

<sup>16</sup> Disponível em: <<http://rollingstone.uol.com.br/edicao/1/a-primeira-versao#imagem0>>. Acesso em: 23 de abril de 2016.

<sup>17</sup> Nem sempre era possível publicar semanalmente então, por vezes, alterava-se entre tiragens quinzenais e outras semanais.

<sup>18</sup> Disponível em: <<http://www.springcom.com.br/publicacao/rolling-stone>>. Acesso em: 23 de abril de 2016.

<sup>19</sup> Disponível em: <<http://www.springcom.com.br/editora/>>. Acesso em: 23 de abril de 2016.

<sup>20</sup> As edições especiais são adquiridas separadamente da assinatura mensal. Disponível em: <<http://assinerollingstone.com.br/>>. Acesso em: 23 de abril de 2016.

<sup>21</sup> O número de edições é referente à data 18 de abril de 2016.

em perfis de maneira geral – incluindo os que são feitos pelos jornalistas da *Rolling Stone*, objeto de estudo deste trabalho. Abaixo, seguem as características citadas pelo autor:

[...] imersão total do repórter no processo de captação; jornalistas eram autores e personagens da matéria; ênfase em detalhes reveladores, não em estatísticas ou dados enciclopédicos; descrição do cotidiano; frases sensitivas; valorização dos detalhes físicos e das atitudes das pessoas; estímulo ao debate; repórteres reconheciam e assumiam, em primeira pessoa, as dificuldades de compreensão da às vezes indecifrável mas sempre fascinante personalidade humana (VILLAS BOAS, 2013, p. 24).

O perfil pode aparecer em qualquer um dos cinco gêneros jornalísticos elencados por José Marques de Melo e Francisco de Assis (2010). No entanto, é mais comum nos subgêneros interpretativo – que, analítico, é capaz de apresentar os personagens e aproximá-los da realidade do público leitor – e diversional, comprometido com o entretenimento. Para Villas Boas, “os perfis cumprem um papel importante que é exatamente gerar empatias” (VILLAS BOAS, 2003, p. 14). Muitos jornais e revistas utilizam recursos literários em seus perfis na intenção de narrar melhor a história do entrevistado e criar uma maior identificação deste personagem com o leitor. Assim, os perfis são transformados praticamente em pequenos contos.

Ainda que os contos sejam uma das formas mais curtas de narrativa literária e, a reportagem, um dos modos mais longos de narrativa jornalística, Ferrari e Sodré (1986) reforçam que estes dois apresentam semelhanças. “pode-se dizer que a reportagem é o conto jornalístico – um modo especial de propiciar a personalização da informação ou aquilo que também se indica como ‘interesse humano’” (FERRARI; SODRÉ, 1986, p. 75). Tradicionalmente, a reportagem-conto se concentra na ação de um personagem principal. O perfil nada mais seria do que uma maneira de reportar focada em um protagonista – seja ele um tipo popular, uma pessoa célebre, um herói ou um anti-herói. Quando a ação da reportagem é interrompida e cede lugar à descrição de uma pessoa, temos um perfil (FERRARI; SODRÉ, 1986, p. 125).

De acordo com Maia (2013, p. 177), “o perfil pode ser compreendido como a possibilidade de composição do sujeito pela escrita de sua trajetória no espaço e no tempo”. O jornalista, após um encontro presencial ou virtual com o entrevistado – ou mesmo sem encontro algum, como foi o caso de Gay Talese ao escrever o famoso perfil de Frank Sinatra, em 1965 – e utilizando materiais escritos, orais ou iconográficos, estaria apto a desenvolver um texto sobre o perfilado e a construir o personagem a partir das informações encontradas nas fontes mobilizadas (MAIA, 2013).

Segundo Ferrari e Sodré (1986), existem três tipos de perfis de personagens. O primeiro, inti-

tulado “personagem-indivíduo”, é um perfil mais psicológico, voltando-se para as atitudes peculiares de uma pessoa. O segundo, chamado “personagem-tipo”, abrange os perfis de celebridades e enfatiza aquilo que lhes trouxe a fama (dinheiro, habilidades, beleza e outros atributos físicos e/ou espirituais). O terceiro, “personagem-caricatura”, trata de pessoas com comportamentos fora do comum, mirabolantes e exibicionistas (FERRARI; SODRÉ, 1986).

Kotscho (2000) vai além da ideia de perfis de personagens. “Filão mais rico das matérias chamadas humanas, o perfil dá ao repórter a chance de fazer um texto mais trabalhado – seja sobre um personagem, um prédio ou uma cidade” (KOTSCHO, 2000, p.42). Para o autor, os perfis podem tratar não apenas de uma única pessoa, mas sobre uma infinidade de temas. O jornalista conseguiria, por exemplo, fazer um perfil de um grande jogo de futebol, um bar, uma localização turística, uma rua ou um evento musical, basta conhecer muito bem o objeto a ser descrito. No caso da *Rolling Stone*, a maior parte dos perfis são de celebridades – perfiladas individualmente –, casais famosos, filmes ou bandas.

Um bom perfil pode levar somente algumas horas, vários dias ou muitas semanas para ser redigido, justamente porque uma série de fatores têm a capacidade de influenciar no seu processo de pesquisa e escrita. Como, por exemplo, a duração do encontro com a fonte, o tempo disponível para redigir o texto, o espaço limitado que o veículo oferece e o problema da dimensão do personagem, uma vez que não basta a fonte ser fascinante aos olhos e interesses do jornal ou do repórter, é preciso que ela seja interessante para o público. Além desses, considera-se o estímulo à invasão de privacidade, preconceitos ou falta de informação do repórter, choque de interesses e a crença na genialidade inata do entrevistado (VILLAS BOAS, 2003). Kotscho traz o exemplo da revista *Realidade*, “que ia ouvir dezenas de pessoas que pudessem oferecer mais elementos sobre o personagem central” (KOTSCHO, 2000, p. 42-43).

O tamanho do perfil é variável por outros motivos, e não apenas por imposições da empresa que o publicará. Villas Boas (2003) diz que o perfil, por não estar atrelado às mesmas obrigações que uma biografia, dispõe da possibilidade de focar em um momento específico da vida do entrevistado. Ao considerar a *Rolling Stone*, observamos que as celebridades de cada edição são escolhidas, frequentemente, mediante *ganchos* jornalísticos: um músico que lançou um CD recentemente, uma banda que fará show no Brasil, um ator cujo filme estreará em breve. O estilo de escrita dos perfis, embora costumem obedecer à lógica do jornalismo literário, varia de acordo com o jornalista e com as imposições institucionais. Afinal, o perfil “é de natureza autoral. Existem tantos modos de repor-

tar quanto repórteres trabalhando em uma redação” (VILLAS BOAS, 2003, p.13).

### 3.2.1 Perfis de celebridades

A fim de estudar como os repórteres da revista *Rolling Stone* constroem perfis a partir dos quatro recursos do jornalismo literário, decidimos focar em um único tipo de perfil: o de celebridades. Verificamos que nestes fica evidente uma maior utilização de artifícios da literatura, com o intuito de estabelecer uma identificação entre a pessoa entrevistada e o leitor. Por isso, abordaremos nesta seção o conceito de celebridade.

O dicionário Aulete define a palavra “celebridade” como: 1) notabilidade, pessoa célebre; 2) coisa extraordinária; 3) fama, renome. Para Bauman (2007), a necessidade crescente de identificação no outro é resultado da constante mutação do mundo moderno. Com a globalização, as instituições tradicionais perdem aos poucos o seu poder simbólico, levando o público a buscar representatividade em outras fontes. As celebridades aproximam comunidades e conferem sentido a existência das pessoas, dando a sensação de pertencimento a um determinado grupo, contexto ou momento social. “A autoridade das celebridades deriva da autoridade do número – ela aumenta (e diminui) com o número de espectadores, ouvintes, compradores de livros e discos” (BAUMAN, 2003, p.64). No cenário contemporâneo, a situação não é muito distinta. Hoje, ser uma celebridade está associado com visibilidade e aceitação. Ao considerar, por exemplo, o alcance social de uma personalidade – seja pelas redes sociais digitais ou pelo constante espaço e aparecimento nos produtos midiáticos –, pode-se dizer que essa pessoa acaba pautando não só as conversas do dia a dia de outros sujeitos, mas ainda adquirir a capacidade de formar opinião e de influenciar determinados públicos, os quais podem ou não se tornarem aficionados por ela – ampliando a notoriedade<sup>22</sup> dessa celebridade. Do contrário, se atinge o anonimato ou o baixo reconhecimento popular.

Edgar Morin (2002) comparou o culto às celebridades modernas aos rituais comuns nas religiões, passando a chamá-las de “olimpianos”, tamanha a sua semelhança aos deuses mitológicos.

Os novos olímpianos são, simultaneamente, magnetizados no imaginário e no real, simultaneamente, ideais inimitáveis e modelos inimitáveis; sua dupla natureza é análoga à dupla natureza teológica do herói-deus da religião cristã: olímpianas e

---

<sup>22</sup> No que tange o jornalismo, a notoriedade é apresentada como um valor de seleção do que é notícia. Traquina lembra que “o nome e a posição da pessoa são importantes como fator de noticiabilidade” (2013, p. 77). Às celebridades também podem estar associados outros valores, como quando o acontecimento ao qual estão relacionadas tem caráter inesperado ou se configura como escândalo (TRAQUINA, 2013).

olimpianos são sobre-humanos no papel que eles encarnam, humanos na existência privada que eles levam. A imprensa de massa, ao mesmo tempo que investe os olímpianos de um papel mitológico, mergulha em suas vidas privadas a fim de extrair delas a substância que permite a identificação (MORIN, 2002, p. 106-107).

Ao publicarem perfis de celebridades, revistas como a *Rolling Stone* contribuem para atribuir a estas figuras um papel duplo – de humanização e de distanciamento. Mostra, em um primeiro momento, que as personalidades partilham de situações rotineiras e triviais, como ir às compras, cuidar da casa e dos filhos, ir à praia – ações que os humanizam e, em um segundo momento, reitera a realidade das celebridades, distante das pessoas anônimas pelas extravagâncias, holofotes e conquistas, continuando a ser parte do imaginário ou da curiosidade popular. As celebridades configuram um ideal inatingível ao viverem uma realidade, muitas vezes luxuosa, com a qual os que pertencem ao anonimato podem apenas sonhar.

Pautado na curiosidade do público, o jornalismo instiga esse culto à celebridade. “[...] a vida dos olímpianos participa da vida cotidiana dos mortais, seus amores lendários participam dos destinos dos amores mortais; seus sentimentos são experimentados pela humanidade da média” (MORIN, 2002, p. 106). Com o estímulo dos veículos de comunicação, é comum que os indivíduos se envolvam com os acontecimentos que abarcam a vida das celebridades – seja torcendo pelo relacionamento amoroso de casais de artistas, seja se compadecendo por traições, seja comemorando o sucesso de famosos que representam os seus anseios e ideais. Os perfis de celebridades apresentam ao leitor tanto os aspectos esperados quanto as novidades a respeito da vida de uma determinada pessoa, cumprindo uma demanda advinda da necessidade humana de saber mais sobre a vida alheia.

#### 4. Metodologia

No presente trabalho, utilizaremos o método de análise de narrativa. Nesta seção, pretendemos tratar desta metodologia, na tentativa de explicar o seu funcionamento. Para tanto, nos apoiaremos, em especial, no livro *Análise Crítica da Narrativa*, de Luiz Gonzaga Motta (2013). Também falaremos dos seis perfis da revista *Rolling Stone* brasileira escolhidos para o estudo, apresentando um resumo dessas reportagens e informações referentes ao número de páginas, edição na qual figuram e nomes dos jornalistas responsáveis por sua redação.

Motta (2013) identificou seis motivos para justificar a necessidade do estudo de narrativas.

1) compreender quem somos, como construímos nossas autonarrações; 2) entender como representamos o mundo; 3) compreender por que às vezes tentamos representar fielmente o mundo e, em outras, imaginativamente; 4) entender como representamos o tempo, tornando-o um tempo humano; 5) verificar como as narrativas estabelecem consensos a partir de dissensos; 6) estudá-las, para melhor contá-las (MOTTA, 2013, p. 27).

Por essas razões, pode-se dizer que a narratologia, um campo de estudos das ciências da linguagem, investiga os sistemas narrativos das sociedades globais e suas maneiras de produzir sentido, sejam eles ficcionais, como na literatura, ou factuais, como normalmente ocorre no jornalismo.

Motta (2013) coloca que as narrativas não deveriam ser estudadas na condição de objetos fechados em si. Pelo contrário: ao analisá-las, deve-se considerar sua produção, recepção e contexto. O caráter subjetivo, ou seja, a escolha de perspectiva ou o posicionamento do analista no que diz respeito ao conteúdo analisado, já se configura como uma das primeiras interferências que a narrativa pode sofrer. “O significado é uma relação. [...] o olhar que lançamos sobre o objeto narrativo a ser analisado (conto, filme, canção, telenovela, reportagem, etc.) vai modificar esse mesmo objeto” (MOTTA, 2013, p. 119). Logo, a perspectiva e as posições ideológicas do pesquisador podem influenciar no resultado de seu trabalho.

O ponto de partida da análise de narrativa é o texto. A organização deste texto nunca é aleatória, uma vez que está ancorada em uma série de preceitos variáveis. O narrador jamais é ingênuo, pois toda a narrativa tem algum propósito. A padronização de matérias jornalísticas, com o uso do *lead* e da estrutura de pirâmide invertida, é um exemplo de organização textual previamente pensada. Dispõe-se as informações mais relevantes nos primeiros parágrafos e deixa-se as menos importantes para o final. Já um texto de jornalismo literário exige uma abertura e um final semelhantemente fortes, visando afetar o leitor e causar uma impressão poderosa (MOTTA, 2007).



Analisar uma narrativa não implica em esgotar suas possibilidades, mas, sim, em “[...] observar a construção de significações na comunicação narrativa” (MOTTA, 2013, p.129). Afinal, seus elementos simbólicos, embora passíveis de análise, não são facilmente identificáveis. Seria presunçoso afirmar que podemos integralmente dissecar e catalogar os componentes de um texto, independente do tipo de material com que estamos lidando. Mesmo textos jornalísticos, nos quais a linguagem forçosamente objetiva reduz as evidências narrativas, podem ser estudados novamente, ganhando novas significações com o passar do tempo (MOTTA; COSTA; LIMA, 2005).

De acordo com Motta (2013), é possível estudar as narrativas em três instâncias, entre as quais não há uma hierarquia: no plano da expressão, no plano da estória ou no plano da metanarrativa. A primeira consiste na linguagem ou discurso (verbal, visual, sonoro ou qualquer outro) utilizado no texto e permite ao narrador construir o enunciado narrativo. Estuda-se o meio de expressão para determinar os efeitos de sentido produzidos por este discurso. Observar o plano da expressão é importante porque, através da análise da retórica, identificamos uma variedade de recursos estratégicos empregados – como a ironia e a hipérbole – e o objetivo do narrador ao recorrer a estes recursos – seja para provocar o riso, a indignação, a tristeza ou a felicidade.

A segunda, o plano da estória, se refere ao conteúdo do objeto e, embora não exista sem o plano do discurso, muitas vezes possui uma lógica interna única. “É o plano virtual da estória projetada em nossa mente pelos recursos de linguagem utilizados pelo narrador” (MOTTA, 2013, p. 137). O enredo se desenvolve a partir de ações desempenhadas por um personagem e narradas pelo jornalista. No caso dos perfis, é comum a presença de um repórter que acompanha o dia a dia do entrevistado, narrando o cotidiano deste sequencialmente em um formato próximo, por exemplo, ao do conto literário.

Já na terceira instância – a da metanarrativa –, analisamos o tema de fundo da narrativa, que costuma ser mais abstrato e evasivo, evocando imaginários culturais. Neste plano, ficam expostas as posições do jornalista ou da empresa midiática, que não podem aparecer de maneira proeminente na matéria, dada a busca jornalística pela imparcialidade. É o plano da fábula e dos modelos de mundo, que nos permite conhecer as convicções éticas, políticas e ideológicas do narrador ou da instituição a qual ele representa (MOTTA, 2013).

O primeiro passo da análise de narrativa deve ser o de “compreender a construção da intriga como uma síntese do heterogêneo” (MOTTA, 2013, p. 140). A intriga, nesse contexto, é sinônimo de trama ou enredo. Ou seja, entendemos a intriga como o elemento capaz de unir fatos e persona-

gens previamente separados. É o acontecimento que conecta e organiza as partes de uma narrativa. A forma de compreender como a intriga consegue aglutinar componentes diferentes entre si é lendo e relendo o texto. Assim, paulatinamente, quanto maior for o conhecimento da história analisada, mais os significados do objeto se revelarão ao analista.

No que diz respeito ao jornalismo, área em que é comum se trabalhar com histórias inacabadas, o ideal seria esperar o desfecho da notícia para então ser feita a análise. “Toda narrativa tem princípio, meio e final, e assim precisa ser compreendida e analisada” (MOTTA, 2013, p. 140). No entanto, sabe-se que nem sempre isto é possível. Em situações nas quais somente uma informação parcial está disponível, o próprio jornalista terá de determinar um final para a história que pretende analisar e narrar. O corte, porém, precisa ser muito bem justificado para não comprometer a análise.

A fim de compreender como o narrador constrói a história, o analista também precisa encontrar e registrar – além do princípio, meio e fim da trama –, as inflexões importantes, os protagonistas, os antagonistas, os personagens coadjuvantes, os acontecimentos principais e os acontecimentos secundários. Observando, decompondo e recompondo a sintaxe narrativa, torna-se viável descobrir as relações criadas ao longo do enredo e entender de que modo as ações se conectam. Todos os pensamentos que surgem ao analista nas suas leituras do objeto de estudo devem ser registrados tal qual em um diário de campo, artifício comumente utilizado nas etnografias do campo antropológico. Motta (2013) sugere a criação de uma planilha ou similar para auxiliar na organização das informações.

Por meio da identificação e recomposição dos conflitos dramáticos, da ideologia, dos efeitos de sentido e das estratégias narrativas utilizadas na história, o analista ressignifica a intriga. Na nova versão da trama, o papel dos personagens e a função do texto já aparece com maior clareza. E, embora a ênfase deste passo resida no plano da história, o autor considera válido que se anote também os recursos de linguagem – parte do plano da expressão. Afinal, por meios destes recursos, o narrador consegue produzir o efeito do real (ou irreal). Motta (2013) alerta que o analista também deve ficar atento para o uso de um certo ponto de vista em detrimento de outro, uma vez que isto afeta a forma com que o narrador reproduzirá o mundo ao seu em torno. Ao final deste primeiro passo, é aconselhável a produção de uma síntese da história.

O segundo movimento da análise visa “compreender a lógica do paradigma narrativo” (MOTTA, 2013, p. 146). Enquanto o primeiro passo refere-se à essência do objeto de estudo, a história, no segundo, busca-se voltar a atenção ainda mais à articulação interna das partes e à essência

da narrativa. Neste movimento, o analista se aprofunda na estratégia comunicacional utilizada pelo narrador para construir o seu discurso. Motta (2013) parte do princípio de que o narrador usa determinados recursos de linguagem na intenção de atrair o leitor. Este leitor não é o leitor real, e sim um leitor idealizado pelo jornalista ao criar o texto. Logo, o objetivo do segundo passo é entender a lógica empregada pelo narrador para seduzir o leitor ideal – “os artificios, truques, artimanhas estratégicas da comunicação narrativa” (MOTTA, 2013, p. 147).

Para explicar como podemos compreender a lógica do paradigma narrativo, Motta (2013) recorre a Paul Ricoeur (1994). Para Ricoeur (1994), o início, o meio e o fim de uma história só existem em função da intriga, porque ela é o elo entre a ética, ou seja, o mundo real, e a estética, isto é, o mundo imaginário. Este elo é construído quando o narrador confere qualidade moral aos personagens. A persuasão do leitor ideal ocorre no momento em que o dissonante se une ao verossímil: fatos comuns ao cotidiano do público são afetados por um acontecimento extraordinário e impactante. “Pois quando o impossível (o extremo da discordância) ameaça a estrutura, o verossímil se torna persuasivo na medida em que é aceitável” (MOTTA, 2013, p.150).

Chegamos, então, ao terceiro movimento: permitir o surgimento de novos episódios. Os episódios são unidades temáticas narrativas que reúnem um conjunto de ações simultaneamente autônomas e conectadas ao todo. Às vezes, o próprio narrador separa o texto em episódios, como no caso dos subtítulos em uma reportagem jornalística. Todavia, não significa que os episódios elencados pelo narrador deverão coincidir com os identificados pelo analista. “A identificação temática e a nomeação de novos episódios podem revelar estratégias semânticas do narrador” (MOTTA, 2013, p. 160), ou seja, o jeito com que o narrador dispõe e separa personagens, cenários e conflitos é reflexo de algum tipo de motivação.

Os episódios apontados pelo analista podem possuir extensões variáveis e não precisam seguir uma lógica linear. Eles podem ser estáticos, quando não causam mudanças drásticas na intriga, ou dinâmicos, quando possibilitam que a trama prossiga e ganhe novos rumos. A autonomia do episódio é demonstrada pelo fato de que ele se distingue dos demais acontecimentos do enredo por alguma razão – seja pelos participantes, pelo tempo, pelo lugar ou pelo evento. Ainda assim, é conectado à intriga por ser esta uma sucessão de episódios.

No quarto passo da análise, Motta (2013) comenta que o analista deve permitir que o conflito dramático se revele, penetrando ainda mais no sentido da narrativa. A identificação do evento dramático da história possibilita que o analista domine de maneira crescente a essência dos significados

do texto estudado, conhecendo as artimanhas consciente ou inconscientemente utilizadas pelo narrador na construção do discurso apresentado. Uma das formas de determinar o tipo de narrativa – seja de um romance, novela, crônica ou de um conto –, é por meio da quantidade de conflitos presentes nela. “O conflito dramático é o enquadramento [...] através do qual o narrador organiza a difusa e confusa realidade do que pretende relatar” (MOTTA, 2013, p.167).

O conflito é uma das razões de ser da narrativa: notícias atraentes ao público geralmente envolvem uma perturbação no cotidiano. Para se ter uma história, é necessário, muitas vezes, apresentar o anormal, o estranho e o incomum. Apesar da dimensão do conflito normalmente aparecer apenas no final da narrativa, Motta (2013) aconselha que o analista os identifique desde o início do texto, porque eles orientarão a sua percepção da história e a compreensão dos efeitos de sentido produzidos pelo narrador.

Os embates dos protagonistas e antagonistas são expressos nos conflitos dramáticos. Então, naturalmente, após identificado o conflito, no quinto passo da análise de narrativa dá-se atenção ao personagem. O personagem é definido como “um ser dotado de traços antropomórficos, engajado em uma ação antropomórfica” (PRINCE, 1987, *apud* MOTTA, 2013, p. 172<sup>23</sup>) e é a figura central da narrativa, o eixo ao redor do qual o enredo gira. Sem personagens a intriga não existiria. Ao analisá-los, deve-se atentar para sua caracterização e para as correferências – designantes textuais como nomes próprios, cargos, funções e demais qualificações que busquem passar ao leitor uma certa imagem do personagem.

No sexto passo, Motta (2013) retoma a ideia de que narrativas nunca são ingênuas e livres de segundas intenções. Pelo contrário, os narradores sempre têm algum propósito e, para alcançar seus objetivos, fazem uso de estratégias argumentativas. A narrativa não é fechada em si: ela relaciona interlocutores ativos em um processo comunicacional. “Toda narrativa é um permanente jogo entre os efeitos de real (veracidade) e outros efeitos de sentido (a comoção, a dor, a compaixão, a ironia, o riso, etc.)” (MOTTA, 2013, p. 196). O narrador tenta seduzir um receptor que, por sua vez, não é passivo – o leitor está apto a formular sua interpretação única daquilo que foi narrado e apresentado a ele por meio da narrativa. Por isso, a principal estratégia do narrador está na produção de efeitos de real, que oferece um texto verossímil e que pode conduzir o leitor a perceber o que está posto como uma verdade. Essas estratégias devem ser captadas pelo analista.

O sétimo movimento é o de permitir que as metanarrativas apareçam. Se nos demais passos

---

<sup>23</sup> PRINCE, G. Dictionary of narratology. Lincoln: University of Nebraska Press, 1987.

predominavam as instâncias da estória e da expressão, neste último o analista precisa identificar o fundo moral e ético das narrativas – a motivação abstrata do narrador. “Os conflitos que configuram a intriga e as ações das personagens são manifestações de superfície de outros conflitos ainda mais profundos” (MOTTA, 2013, p.205). É somente depois do analista ter compreendido os conflitos dramáticos superficiais que ele consegue perceber as motivações mais significativas entranhadas na narrativa.

Na análise do corpus deste trabalho, serão debatidas as três instâncias da narrativa elucidadas por Motta (2013). Escolhemos seis reportagens da *Rolling Stone* brasileira, cada uma delas retirada de edições diferentes da revista, todas publicadas entre julho e dezembro de 2015, que se configuram dentro da estrutura de perfil jornalístico. Entre elas, três são matérias escritas por jornalistas brasileiros – *Força Negra*, *Sentindo na Pele* e *Guerreira da Liberdade* – e três são reportagens traduzidas da matriz norte-americana – *Mulher de Verdade*, *Vida nos Ares* e *Trump Levado a Sério*. O quadro abaixo apresenta os dados das reportagens que serão analisadas neste trabalho.

**Tabela 1** – Dados das reportagens da *Rolling Stone*.

<b>Reportagem</b>	<b>Edição</b>	<b>Número de páginas</b>	<b>Repórter</b>
Mulher de Verdade	107 – Julho de 2015	6	Vanessa Grigoriadis
Vida nos Ares	108 – Agosto de 2015	6	Ben Wofford
Força Negra	109 – Setembro de 2015	8	Peu Araújo
Trump Levado a Sério	110 – Outubro de 2015	5	Paul Solotaroff
Sentindo na Pele	111 – Novembro de 2015	6	André Rodrigues
Guerreira da Liberdade	112 – Dezembro de 2015	6	Mauro Ferreira

Fonte: autoria própria.

No total, foram encontrados 41 perfis nas edições da *Rolling Stone* do segundo semestre de 2015. Desses, 22 apresentavam um texto bastante sucinto, com menos de três páginas ou utilizavam o método pingue-pongue<sup>24</sup> de entrevista, diminuindo a quantidade de elementos literários a serem analisados. Dos 19 perfis restantes, apenas 14 falavam de celebridades individualmente (e não de bandas ou em elenco de filmes). Assim, nosso processo de escolha das seis reportagens acima listadas se deu baseado no tipo de perfil (dispensando os que não tratavam de celebridades), extensão

<sup>24</sup> Na reportagem pingue-pongue, normalmente se faz somente um breve texto introdutório sobre a fonte e, após isso, a entrevista segue em um modelo direto de perguntas e respostas, exigindo pouca inventividade por parte do jornalista.

das reportagens e presença dos quatro recursos literários.

A primeira matéria selecionada, *Mulher de Verdade*, acompanha um dia na vida de Kim Kardashian. A repórter, Vanessa Grigoriadis, descreve algumas das atividades da socialite, entre elas a rotina de beleza – com o acompanhamento de um maquiador e cabeleireiro profissionais –, as reuniões de negócios e o relacionamento com a família. Também trata da personalidade de Kim e de sua saga de garota comum de Los Angeles à celebridade mundialmente conhecida.

A segunda, publicada em agosto de 2015, leva o título de *Vida nos Ares*. É um perfil sobre o escritor e blogueiro Ben Schlappig. Ele se tornou uma celebridade na internet após criar o blog *One Mile at a Time*<sup>25</sup>, no qual posta dicas de como desfrutar de viagens luxuosas gastando pouco ou nenhum dinheiro. Segundo conta o repórter Wofford, Ben faz parte de um grupo de “viajantes de elite” cujo objetivo é enganar companhias aéreas, viajando permanentemente de graça com as milhas de programas de fidelidade.

*Força Negra* é o título do terceiro perfil. Ele trata da trajetória do *rapper* Emicida. O jornalista Peu Araújo caracteriza o artista como uma grande referência do rap brasileiro e o criador de um império musical. Na matéria, são mostrados ainda os diversos desafios enfrentados por Emicida para alcançar o sucesso, com as dificuldades variadas advindas de uma infância pobre e do preconceito racial.

Em *Trump Levado a Sério*, Paul Solotaroff mostra um lado supostamente diferente do excêntrico magnata e candidato à presidência dos Estados Unidos, Donald Trump. O jornalista acompanha Trump ao longo de dez dias por comícios, viagens em seu luxuoso avião e encontros no escritório da Trump Tower. Solotaroff apresenta as intenções do empresário caso seja eleito e recortes de sua personalidade extravagante.

No quinto perfil escolhido, *Sentindo na Pele*, o repórter André Rodrigues fala sobre a face rebelde da atriz Cleo Pires. Em uma aparente intenção de desvencilhar a imagem de Cleo da de seus pais – Fábio Jr. e Glória Pires –, ela aparece na reportagem na forma de uma mulher ousada e ligeiramente problemática, que fala palavrão, come hambúrguer, ou seja, não se preocupa excessivamente com o corpo, e que não deseja ser rotulada.

Por último, temos *Guerreira da Liberdade*, um perfil da cantora Daniela Mercury escrito por Mauro Ferreira e publicado em dezembro de 2015. No artigo, Ferreira fala sobre a vida de Daniela

---

<sup>25</sup> Disponível em: <<http://onemileatatime.boardingarea.com/>>. Acesso em: 23 de abril de 2016.

(com 50 anos à época), o primeiro disco autoral de sua longa carreira e sua atuação em prol dos direitos LGBT, movimento do qual tem sido porta-voz.

No próximo capítulo, analisaremos estes seis perfis a partir dos quatro recursos do jornalismo literários elencados por Tom Wolfe: ponto de vista, detalhe, construção cena a cena e diálogo. Na análise, também serão considerados alguns elementos paratextuais, como o título e imagens de apoio.

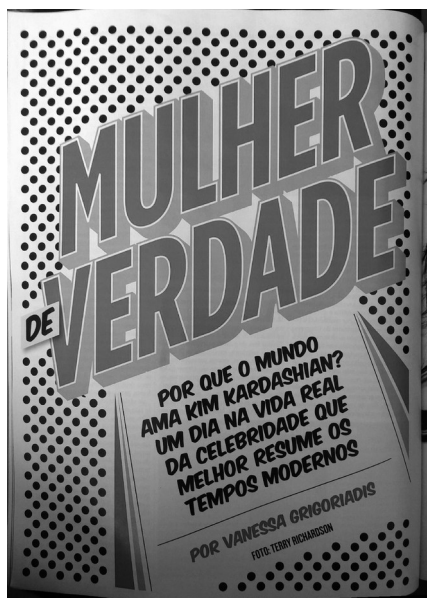
## 5. Análise das reportagens da revista *Rolling Stone*

Neste capítulo, analisaremos seis reportagens da revista *Rolling Stone* brasileira, publicadas entre julho e dezembro de 2016. A fim de verificar como os quatro recursos do jornalismo literário auxiliam os repórteres da *Rolling Stone* a construírem os perfis de celebridades será utilizado, além dos quatro recursos do jornalismo literário elencados por Wolfe (2005), o aporte metodológico da Análise Crítica da Narrativa (MOTTA, 2013), considerando o personagem, o narrador e o contexto.

### 5.1 Construção cena a cena

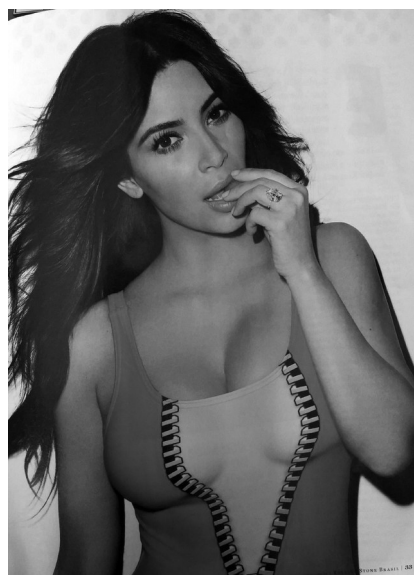
Na capa da edição 107 da *Rolling Stone* brasileira, uma edição especial de 60 anos do Rock, o nome de Kim Kardashian aparece sem muito destaque ao lado do de Arnold Schwarzenegger, Romário, Maria Bethânia e Amy Winehouse. Já no interior da revista, a imagem de Kim não poderia ter mais evidência: sua foto com uma blusa justa e decotada, e com seus cabelos esvoaçantes ao vento, salta aos olhos do leitor (figura 2). Abaixo do título *Mulher de Verdade* (figura 1), lê-se a seguinte pergunta: “Por que o mundo ama Kim Kardashian?” (GRIGORIADIS, 2015, p. 32).

**Figura 1** – Título da matéria sobre Kim.



Fonte: ed. 107 da revista *Rolling Stone* (2015).

**Figura 2** – Foto de Kim na capa da matéria.



Fonte: ed. 107 da revista *Rolling Stone* (2015).

A repórter Vanessa Grigoriadis inicia a matéria ambientando o público com o que Wolfe



(2005) intitula construção cena a cena. “Em uma manhã fria e cinzenta de maio, em Los Angeles, Kim Kardashian acorda às 6h da manhã e, uma hora depois, vai para sua ‘sala glam’” (GRIGORIADIS, 2015, p.34). Após, Grigoriadis continua a descrever a manhã de Kim, horário em que a empresária e socialite mescla o cuidado com a aparência (é maquiada e escovada por profissionais) com o cuidado da filha – “ela fica de olho no monitor de bebês caso North, sua filha de 2 anos com Kanye West, acorde” (GRIGORIADIS, 2015, p.34). Esta estratégia de apresentar a rotina de Kim ajuda a contextualizar o leitor na realidade da personagem, uma vez que apresenta alguns dos elementos da intriga, conforme trata Motta (2013).

No mesmo parágrafo de abertura, passamos à próxima “cena”, às 9h, quando Kim se encaminha para uma reunião em Santa Monica. No horário certo, porque detesta estar atrasada, Kim chega à reunião, onde conversará com a equipe que está montando o seu novo website. Utilizando uma comparação – feita pela própria Kim em outras entrevistas –, de maneira a fazer o leitor comum compreender um pouco melhor o dia a dia da celebridade, a jornalista coloca que a vida de Kim é como uma versão real do filme *O Show de Truman*<sup>26</sup>.

Ao falar da família Kardashian, dá-se um destaque à Caitlyn Jenner em uma coluna separada do restante do texto. A opção da repórter de falar sobre Caitlyn em um perfil voltado à Kim é justificada pela importância da relação entre as duas. Caitlyn é a madrastra transexual de Kim, um segredo guardado pela Kardashian desde os seus 22 anos. Isso é relatado em uma cena inserida por Grigoriadis, na qual Kim se depara com Caitlyn – à época, ainda chamada de Bruce, seu nome de batismo – vestindo roupas femininas na garagem de sua casa.

“Ouvi um boato, quando tinha 11 ou 12 anos de que ele tinha sido flagrado vestido de mulher”, ela revela. Então, uma década depois, viu o padrasto com roupas femininas na garagem. “Fiquei tremendo. Não sabia se tinha acabado de descobrir o segredo mais profundo dele e se ele viria atrás de mim. Peguei minha bolsa e corri para o carro” (GRIGORIADIS, 2015, p. 35).

Uma outra situação tratada na matéria remonta ao horário do almoço. Kim comemora a ausência de paparazzis e fãs, apresentando um dia mais tranquilo em relação aos demais. “‘Amo esses dias em que ninguém me segue’, afirma, entrando em uma SUV preta rumo ao almoço no restaurante Hillstone” (GRIGORIADIS, 2015, p. 35). Ao longo da refeição, Kim conta detalhes de sua infância, como a relação da família com a música. Seu pai, Robert, tendo fundado uma publicação influente no mundo da música, a *Radio & Records*, tinha acesso a shows de diversos artistas e levava os

---

<sup>26</sup> O Show de Truman é um filme de 1998, estrelado por Jim Carrey, e mostra a história de um homem que, sem saber, vive uma realidade simulada por um programa de televisão.

filhos com ele. “Na infância, íamos a shows como os de Michael Jackson todo o final de semana. O meu primeiro foi do *Earth, Wind & Fire*. Era tão novinha – estávamos andando até nossos lugares, as luzes se apagaram e fiquei apavorada” (GRIGORIADIS, 2015, p. 35).

A reportagem segue falando do divórcio dos pais, o casamento precoce de Kim aos 20 anos, a morte de Robert e a amizade de Kim com Paris Hilton. “Íamos a qualquer lugar só para sermos vistas”, afirma Kim, mostrando-se sincera quanto a seus interesses (GRIGORIADIS, 2015, p. 36). Estes fatores estimulam a curiosidade do leitor, fazendo com que ele seja instigado a permanecer na narrativa, acompanhando o desenrolar da intriga. Os acontecimentos aparecem, além de no texto, de maneira resumida em uma linha do tempo, um recurso paratextual que auxilia a contextualizar e elucidar o que é pretendido na narrativa. Brevemente, discute-se também o vazamento da *sextape* de Kim em 2007. Para fazer o leitor entender o que ela passou, Grigoriadis deixa a própria celebridade narrar a cena do momento em que a fita veio a público.

Ouviu boatos em Los Angeles de que o vídeo que havia gravado com o ex-namorado do Ray J, irmão caçula da cantora Brady, estava passando de mão em mão, mas nunca achou “que [os rumores] eram verdade”. “Então, estava em uma viagem para Nova York e aterrissei e alguém me ligou – minha irmã, talvez? Não tinha um Blackberry na época... acho que fui direto para a casa da minha mãe, ela ficou do meu lado o tempo inteiro. Ela não me ligou berrando nem chorando, simplesmente estava ali. Dizia: “não sei o que você quer que eu faça”, e simplesmente passamos por isso”. Como Kim conseguiu manter a sanidade? “Houve um período em que eu só fiquei em casa. A Khloe dizia: “nunca conheci alguém que voltou a morar com a mãe tantas vezes quanto você”” (GRIGORIADIS, 2015, p. 36).

O almoço termina e a repórter direciona a atenção do leitor, novamente, para a SUV, que agora se encaminha para o depósito de uma loja de móveis, onde Kim encontrará a mãe e a irmã para filmar um trecho de *Keeping up with the Kardashians*, um reality show que mostra a vida da família. Ao chegarem, Grigoriadis destaca a presença de um membro da equipe de filmagem cujo único papel é segurar um painel de iluminação para que a família aparente ter um visual perfeito o tempo todo. Mas Kim fica apenas 20 minutos na loja, porque precisa sair para cuidar da filha (que está doente) na mansão da família. A matéria chega ao fim com a jornalista dizendo que Kim pretendia dormir cedo e, no dia seguinte, faria tudo de novo.

Na matéria *Vida nos Ares*, de autoria de Ben Wofford, o cenário construído indica um perfilado um tanto solitário. A indicação não é escancarada, pelo contrário: fica no plano da metarrativa, do qual Motta trata – a mensagem por trás da história. Na linha de apoio, que se refere à *webcelebridade* Ben Schlappig, o homem que viaja por todo o mundo de graça apenas manipulando as promoções das companhias aéreas, pode-se ler “Em 2014, um jovem voou de Seattle sem destino defi-

nido – e não desembarcou desde então” (WOFFORD, 2015, p. 70). Para muitos, isto seria sinônimo de uma vida singular e luxuosa. Mas, ao analisar a reportagem mais a fundo, fica a impressão de um homem cuja “profissão” o fez só.

Em letras menores, na página seguinte a da abertura, a legenda para uma foto de Schlappig (figura 3), na qual ele aparece sozinho, carregando sua mala por um aeroporto qualquer, diz: “Ben Schlappig caminha por um dos muitos aeroportos que ele chama de casa” (WOFFORD, 2015, p. 71). É assim, com algumas poucas palavras associadas a fotografias, que Wofford constrói um personagem no imaginário do leitor. O repórter somente precisou descrever a cena de um homem, sozinho e com um destino incerto, que percorre saguões de aeroportos. Os tons acinzentados e frios da imagem (feita por Bryan Derballa) ajudam a construir a ideia que se possa ter do perfilado como um sujeito distante dos demais em meio a um cenário que não é acolhedor.

**Figura 3** – Foto de Ben caminhando sozinho pelo aeroporto.



Fonte: ed. 108 da revista *Rolling Stone* (2015).

No parágrafo de abertura da matéria, a imagem de um Schlappig solitário continua a ser reforçada no plano da metanarrativa, embora no plano superficial da estória o jornalista ainda esteja falando de uma celebridade munida de luxo, fãs e admiradoras. “Dentro de um voo de Cathay Pacific rumo a Hong Kong, ele entrega chocolates caros a um pequeno enxame risonho de comissárias de bordo” (WOFFORD, 2015, p. 72). Wofford também descreve a cabine da primeira classe daque-

le avião: “As seis suítes neste playground revestido de couro com mogno falso e flores frescas formam o santuário interno dos voos comerciais que poucas pessoas testemunham” (WOFFORD, 2015, p. 72). Ainda que os procedimentos de embarque mal tenham tido início, um Schlappig ansioso já está em sua cabine, rodeado por pessoas – não amigos ou familiares, mas desconhecidos que admiram o seu trabalho.

O célebre passageiro logo pede champagne para todos, talvez em uma tentativa de disfarçar o seu vazio e garantir a atenção daqueles que o rodeiam. O que ele acaba atraindo é a inveja dos passageiros da classe executiva, que “olham feio para as crescentes risadas e para o champagne derramado” (WOFFORD, 2015, p. 72), já imaginando que Schlappig é mais um filho mimado de pais ricos. Ao descrever esta cena, Wofford permite ao leitor otimizar a sua opinião sobre o personagem em sua mente. Em vez de dizer “Schlappig parece mimado”, ele mostra o porquê de alguém pensar desta forma, utilizando a experiência de passageiros que dividem um voo com ele e estão incomodados com a riqueza esbanjada.

No perfil, Wofford narra que a adulação de fãs é comum em qualquer lugar que Ben vá. Neste voo específico, a celebridade se encaminhava para um final de semana no leste asiático, no qual dificilmente deixaria os aeroportos e, caso o fizesse, seria para passar a noite em um hotel cinco estrelas. “Mesmo com tantas viagens, seria um erro chamar Schlappig de nômade. Ele está em casa assim que sente o cheiro do ambiente sem ar de uma cabine pressurizada” (WOFFORD, 2015, p. 72). Há 43 semanas Ben não dorme em camas que não seja a de hotéis ou poltronas de aviões e passa, em média, seis horas por dia ao ar. Ele registra suas experiências no blog One Mile at a Time, no qual dá dicas para pessoas que desejam viver como ele. Na superfície, tudo aparenta ser uma excelente ideia.

Conseguir pagar viagens caras somente com as milhas de programas de fidelidade das companhias aéreas não é fácil. Para isso, é necessário uma série de habilidades, que a celebridade desenvolveu ao longo da adolescência. A parte técnica desta reportagem, na qual Wofford explica em síntese o funcionamento do “esquema” de Ben para conseguir milhas, naturalmente distancia um pouco o leitor do personagem perfilado: é o aspecto jornalístico da matéria, mais voltado aos fatos. Assim, para não perder a atenção do público por inteiro, o jornalista tenta mesclar a reportagem com a biografia de Schlappig: interesse do perfilado por aviões desde criança, a inteligência incomum para a pouca idade, o momento em que descobre a existência de um fórum livre sobre companhias aéreas e a investida para convencer seus pais a financiarem seu hobby de voar de graça.

Excepcionalmente inteligente e igualmente motivado, Schlappig viu uma forma de convencer os pais a apoiá-lo no Hobby: mostrar a eles como poderiam visitar a família na Alemanha pagando menos na primeira classe do que na econômica. A partir dali, acabaram satisfazendo totalmente a obsessão do filho. Quando ele tinha 15 anos, o levavam ao aeroporto nos sábados e buscavam aos domingos (WOFFORD, 2015, p. 73).

Com o capital inicial investido pelos pais (afinal, as primeiras milhas precisavam vir de algum lugar), Schlappig se especializou cada vez mais na arte de voar gratuitamente. Aos 16 anos, Ben foi o membro mais jovem do fórum FlyerTalk a sobrevoar o Oceano Pacífico seis vezes em uma única viagem. Aos 17, já havia acumulado um milhão de milhas.

O repórter introduz, a partir do depoimento de um amigo da família, uma informação triste sobre a vida de Schlappig e, talvez, a origem de sua personalidade solitária. Aos três anos, Ben perdeu o irmão mais velho – praticamente a referência paterna que ele tinha, pois seu pai trabalhava muito e só aparecia em casa aos finais de semana – em um acidente envolvendo um motorista bêbado. Depois desse acontecimento, a família se mudou para Tampa, cidade em que Ben cursou o ensino básico e descobriu a obsessão por aviões. A escolha de Wofford pela palavra “obsessão”, e não “paixão” ou “amor”, é um exemplo das interferências, talvez inconscientes, que o jornalista pode fazer ao longo de uma matéria, por mais neutro que se pretenda ser. Na mente do leitor, um Schlappig viciado em seu hobby surge, roubando o lugar que poderia ter pertencido a um personagem simplesmente apaixonado por seu trabalho.

O repórter continua a narrar a vida da celebridade. Em 2007, ele é aceito na Universidade da Flórida. Em 2009, em um evento no Aeroporto Internacional de São Francisco, para o qual fora convidado a dar palestras, conhece Alex Pourazari. Alex, um fã de seu trabalho que compartilhava de seu hobby, torna-se namorado de Ben meses depois. Juntos, aperfeiçoam suas técnicas e aumentam os seus números de milhas. Porém, no último ano de faculdade de Schlappig, a companhia United descobre o seu uso indevido do programa de milhas e suspende a sua conta, dizendo que ela seria desbloqueada apenas se pagasse a quantia de 4.755 dólares. O conjunto das informações dispostas por Wofford na matéria auxiliam o leitor a conhecer mais aspectos da personalidade de Ben e a compreender a humanidade do perfilado.

A reportagem segue e comenta que algumas semanas depois de ter sido banido, ele se formou em marketing. “Naquele verão, com, Pourazari a bordo, ele criou a PointsPros, uma consultoria que ajuda clientes a construir itinerários com milhas dos programas de fidelidade” (WOFFORD, 2015, p. 74). As regras dos programas de fidelidade de companhias aéreas costumam ser confusas, e era

nisso que a empresa de Ben se propunha a ajudar. Wofford narra que, em abril de 2014, ao terminar seu relacionamento com Alex, Ben não tinha mais nada que o “prendesse ao chão”. Voltando a usar as milhas como moeda e agora milionário (devido aos anúncios exibidos em seu blog), Schlappig embarcou em um aeroporto e, desde então, fez do céu a sua casa. A partir da construção elaborada pelo repórter, o leitor vai se inteirando do caráter de Ben, aproximando-se do personagem central do perfil.

Grigoriadis, na matéria sobre Kim Kardashian, optou por revolver toda a história em torno de um dia passado com a celebridade. A estratégia de Wofford é diferente e biográfica: começa no presente, depois volta ao passado, contando aspectos da vida do personagem, e novamente retorna à atualidade, fornecendo um panorama sobre a trajetória do perfilado. Grigoriadis fala de si mesma e de suas reações às atitudes de Kim durante toda a narrativa, aproximando a celebridade do leitor ao combinar técnicas literárias. Já Wofford foca nas descrições de cenas, passando de uma situação para outra. Com a frase “Schlappig me dá essa aula de economia enquanto espera no spa do lounge Clubhouse para a primeira classe da Virgin Atlantic no Aeroporto JFK” (WOFFORD, 2015, p. 75), Wofford volta ao tempo presente depois de falar da vida do personagem e de explicar como ele faz o que faz.

A admissão da solidão vem ao final da matéria, dessa vez sem qualquer resguardo. Se no início do perfil o “Ben solitário” era pano de fundo para um “Ben luxuoso”, agora a situação se inverte. Schlappig diz que a vida que leva é isoladora e Wofford reforça essa ideia. “Cada foto de seus relatos de viagem é totalmente isenta de companhia humana – lounges vazios, menus de primeira classe, marcos inanimados de uma existência de cinco estrelas” (WOFFORD, 2015, p. 75). Reflexivo, o repórter termina a matéria contando que Ben observa as famílias que esperam parentes nas salas de desembarque, sem saber “se o que acabou de ver é uma visão do seu passado ou do futuro” (WOFFORD, 2015, p. 75).

*Força Negra*, escrita por Peu Araújo, fala do cantor e empresário Emicida. Já no primeiro parágrafo, Araújo recorre à descrição do cenário, utilizando verbos no presente para situar o leitor no momento e no local em que ocorre a ação narrada. Ao fazê-lo, permite que o leitor sinta como se estivesse fisicamente no lugar descrito.

“Jorge sentou praça na cavalaria/ E eu estou feliz porque também sou da sua companhia...”. A canção de Jorge Ben Jor ecoa no primeiro camarim do 4º subsolo do Sesc Pinheiros, em São Paulo. É a segunda noite de lançamento do disco *Sobre Crianças, Quadris, Pesadelos e Lições de Casa*, o segundo álbum cheio de Emicida. O rapper está rodeado por mulheres – as mulheres de sua vida: a mãe, as duas

irmãs, as três sobrinhas, a filha, Estela, e a namorada, a apresentadora de TV Marina Santa Helena. Na sala ao lado a banda se concentra, e nem de longe essa cena se parece com os costumeiros camarins esfumaçados dos shows de rap (ARAÚJO, 2015, p. 52).

Araújo utiliza o recurso de descrição cena a cena não apenas visando a imersão do público, mas o início da construção da imagem do cantor. O camarim não é repleto de fãs, álcool ou drogas, como talvez fosse o esperado para um artista de grandes proporções no meio musical. Pelo contrário, é um ambiente familiar, acessado com exclusividade por pessoas importantes na vida de Emicida: mãe, irmãs, sobrinhas, filha e namorada. Mais de uma vez, Araújo fala das músicas que tocam no camarim:

Uma playlist alto-astrol de música baiana embala a equipe minutos antes da apresentação. “Madagascar Olodum” (Reflexu’s), “Pipoca” (Araketu), “Milla” (Netinho), “O Canto da Cidade” (Daniela Mercury) e “Azul” (Gal Costa) estão a todo o volume. Mas toca o sinal. As luzes no palco se apagam, a equipe se prepara. Tudo no lugar. Emicida se senta em um banco alto no centro do palco. Imóvel, estático até o primeiro verso de “8” (ARAÚJO, 2015, p. 52).

As músicas da playlist feita pela equipe são hits populares brasileiros. As chances do leitor conhecer ao menos uma delas são grandes, o que o transporta para o evento. Isso tudo corrobora para que o leitor esteja cada vez mais imerso na narrativa descrita

*Força Negra* é uma das reportagens em que os quatro recursos literários melhor se articulam. A todo o momento, o jornalista descreve em detalhes as cenas com que se depara. Por meio destas descrições, a matéria não se torna monótona:

Dois marmitex pequenos recém-chegados repousam recheados com uma porção de escondidinho de carne-seca e outra de arroz. Evandro Fióti, de 26 anos, empresário e único sócio de Emicida no Laboratório Fantasma, pega prato e talheres e se senta em uma ampla mesa branca na cozinha do escritório. Ele desembulha as marmitas, coloca metade da mistura e um punhado de arroz no prato, como se previsse a fome do irmão. Emicida entra no ambiente perguntando se ainda tem comida (ARAÚJO, 2015, p. 52).

A imagem de um Emicida responsável e focado no trabalho surge aos poucos. Ele, envolto no trabalho, ainda não havia almoçado. “Já passa das 17h e nenhum dos dois almoçou. De pé, o MC come andando de lá para cá” (ARAÚJO, 2015, p. 52). E, ao parar para comer, faz isso com pressa, ansioso para continuar a trabalhar. Mas a celebridade, como reporta Araújo, consegue encontrar o equilíbrio perfeito entre o trabalho e a convivência com a família: no fim do dia, Emicida volta rapidamente para casa:

Chega ao fim um dia de expediente. O MC fecha a porta do seu escritório, coloca o

boné discretamente no rosto para não ser notado e embarca no banco de trás de um táxi. No fim da corrida, o taxista – uma classe muito criticada por Emicida em situações de racismo – o reconhece e pede uma selfie. Ele posa para o celular, agradece e desembarca. O motorista se diz honrado por ter dirigido para um artista tão conhecido (ARAÚJO, 2015, p. 57)

Araújo consegue abordar temas sérios com um tom leve, ao alterná-los com descrições cena a cena. No parágrafo acima destacado, o repórter fala do taxista que pede uma fotografia com o *rapper*, apesar de, como o próprio Emicida aponta, taxistas frequentemente serem denunciados por racismo – ao evitarem pegar passageiros negros, por exemplo. Sem levantar diretamente a questão, Araújo é capaz de fazer o leitor indagar se, caso Emicida não fosse tão conhecido hoje, o tratamento recebido pelo taxista teria sido tão positivo.

Emicida, de forma geral, é um personagem não tão difícil de perfilar: a história de vida comove e promove empatia com facilidade. O que acontece quando o papel do jornalista é tornar simpática uma figura má vista pela opinião pública? Em *Trump Levado a Sério*, perfil escrito por Paul Solotaroff, é exatamente isso o que ocorre. O magnata Donald Trump, conhecido por sua habilidade com negócios e por possuir ideologia de extrema-direita, é um desafio para qualquer repórter incumbido de torná-lo mais humano. Com auxílio dos recursos literários, Solotaroff conseguiu utilizar os defeitos de Trump a seu favor, mostrando que a humanidade restante em Trump reside justamente nesses defeitos. E o repórter faz isso sem ser totalmente parcial. Os inúmeros problemas do candidato à presidência são retratados na mesma proporção que suas qualidades. E sim, segundo o jornalista e os fatos apresentados por ele, as qualidades existem.

As cenas narradas por Solotaroff revelam um Trump inquieto, quase hiperativo. “Ele afunda em suas anotações, marcando um trecho com caneta. Não se passam nem 60 segundos antes dele olhar para mim novamente” (SOLOTAROFF 2015, p. 74). A dificuldade de concentração do perfilado não é colocada necessariamente como uma desvantagem: é fruto de uma mente ativa, sempre repleta de novas ideias. “Ficar frente a frente com Donald Trump é ser cortado e interrompido por seus raciocínios que se desviam ou de repente viram perguntas no meio do caminho” (SOLOTAROFF 2015, p. 74).

A descrição de cenários é utilizada para narrar acontecimentos de forma literária, mantendo a linha de uma reportagem-conto. “Em junho, Donald Trump desceu a escada rolante do átrio de cinco andares em mármore rosa do reluzente prédio Trump Tower, em Manhattan, para declarar sua candidatura à presidência dos Estados Unidos” (SOLOTAROFF 2015, p. 74). O jornalista poderia ter resumido a frase, mantendo somente o que é factual, mas não o faz para não quebrar a imersão



do leitor no contexto apresentado.

As cenas dos comícios reproduzidas por Solotaroff projetam a imagem de Trump como uma pessoa que pretende atender aos interesses do povo:

Quando aterrissamos em New Hampshire e entramos em um colégio de Hampton em sua carreta de limusines SUV, ele é abordado por repórteres ávidos por resposta. Trump ignora as perguntas – Iraque, Rússia, imigrantes – para falar às centenas de pessoas espremidas do lado de fora, que não conseguiram entrar, mas ouvem pelos alto-falantes, e para as outras milhares sentadas no saguão” (SOLOTAROFF 2015, p. 74).

Todavia, em outra página, o repórter conta que “depois do comício em Hampton, Donald Trump está exultante” (SOLOTAROFF 2015, p. 76). Ainda que indiretamente, ele deixa o leitor pensando em até que ponto o comportamento de Trump em Hampton não fora previamente ensaiado. “De volta ao avião, ele se senta à mesa de jantar no centro da grande cabine, olha para a imensa televisão de 57 polegadas sintonizada na Fox News e vê notícias do comício que acaba de fazer enquanto devora o jantar” (SOLOTAROFF 2015, p. 76). Contente, Trump comemora a repercussão de seu bem-sucedido “teatro”.

Ao longo de toda a matéria, a confiança do leitor no político pode ser testada. Em um momento, as atitudes de Trump parecem genuínas, mas em outros ele é só mais um político não confiável. Solotaroff não afirma nada disso categoricamente. Tudo fica subentendido para público.

Depois do jantar no avião, Trump caminha até a cozinha para pegar um doce. Vasculha o armário, onde seus amados biscoito Oreó ficam – ele havia dito que não os comeria mais desde que o fabricante resolveu transferir uma planta de produção dos Estados Unidos para o México. Pega o pacote de biscoitos, olha com carinho por um momento e o devolve à prateleira, inteiro. Voltando à poltrona com alguns biscoitos de outra marca, ele me flagra olhando e resmunga: 'É sério: chega de Oreó para o Trump! E você pode escrever que falei isso, se quiser” (SOLOTAROFF 2015, p. 76).

O trecho acima aparenta ser uma metáfora para toda a matéria. Trump desistiu do pacote de Oreó apenas porque estava sendo observado? Ou tomou sua decisão antes de lembrar da presença do jornalista? Ao fim do perfil, não se pode ter certezas, é possível que o leitor saia do texto com mais dúvidas sobre a personalidade de Trump.

Nos outros dois perfis que integram o corpus desse trabalho, os recursos literários são escassos. Em *Sentindo na Pele*, o jornalista André Rodrigues inicia o texto com uma descrição, mas não se estende muito. Diz apenas que Cleo Pires faz muitas perguntas e está sempre em movimento, transitando ininterruptamente de um assunto para outro. O local onde a entrevista ocorre é mencio-

nado no meio do texto, sem muitos detalhes. “‘Quero viver tudo até a última gota’, diz, enquanto pede um gim-tônica em um sábado à tarde, em um restaurante descolado no bairro dos Jardins, em São Paulo” (RODRIGUES, 2015, p. 60). O repórter destaca, brevemente, as impressões que teve da aparência da atriz: “discreta, com calça preta e camisa azul, está maquiada, pois acabou de dar uma entrevista a um telejornal para falar sobre Operações Especiais” (RODRIGUES, 2015, p. 60).

Ao falar de acontecimentos futuros, desdobrados claramente após a entrevista, Rodrigues afeta a imersão do leitor no texto: quem lê já não vive mais o presente conforme este é narrado, porque sabe o que vem depois. “Uma semana mais tarde, ela aceitaria convite para *Haja Coração*, próximo título das 19h da Rede Globo” (RODRIGUES, 2015, p. 61). A falta de descrições ricas dos cenários pode afetar o grau de atenção do público na matéria. A reportagem – nada memorável – prossegue: “os pratos chegam. Ela come hambúrguer com cheddar e salada. Revela que tem muita inveja das minhas batatinhas fritas e que gosta de beber” (RODRIGUES, 2015, p. 62). Isso, além de demonstrar que Cleo estava à vontade com a presença do repórter para poder revelar a “inveja”, faz com que o leitor possa compartilhar das privações da perfilada.

A descrição cena a cena é ainda mais pobre em *Guerreira da Liberdade*. “Esse disco é um manifesto’, conceitua Malu Verçosa Mercury, esposa de Daniela Mercury, na mesa de um restaurante da zona oeste do Rio de Janeiro” (FERREIRA, 2015, p. 44). Isso é praticamente tudo o que o repórter revela sobre o contexto onde a entrevista ocorre. Comparado aos outros perfis, é decepcionante em termos de literariedade. Nota-se que o jornalista tenta ser impessoal e se distanciar dos acontecimentos narrados, dando a entender que ele não sentiu empatia pela história da cantora. Ferreira fala de modo asséptico de ocasiões nas quais não esteve presente: “Em 20 de novembro, as duas deram um beijo na boca em solenidade na sede da ONU, em Nova York, onde foram participar de debate sobre os direitos da população LGBT na América Latina” (FERREIRA, 2015, p. 44).

Ferreira também descreve sem muitos detalhes a capa do CD *Vinil Virtual*, o primeiro álbum inteiramente autoral feito por Daniela Mercury. “A artista aparece nua, abraçada à esposa, reproduzindo a icônica pose de John Lennon e Yoko Ono registrada por Annie Leibovitz no último ensaio fotográfico de Lennon” (FERREIRA, 2015, p. 44). Em outros momentos da matéria, o jornalista é mais atento às descrições das capas de álbuns, se aproximando de uma estratégia detalhada para revelar as impressões sobre a cantora no encarte do disco. “Em *Sol da Liberdade* (2000) [...], empunhava um galho seco que parecia uma espada, mas o olhar pacífico eliminava qualquer intenção de guerra” (FERREIRA, 2015, p. 45). O recurso cena a cena, como foi percebido ao longo da análise,

quando bem realizado, pode contribuir para a aproximação do leitor à conjuntura narrada.

## 5.2 Detalhe

“Ela relaxa na cadeira enquanto é aplicada camada sobre camada” (GRIGORIADIS, 2015, p. 34). A palavra “relaxa” nesta sentença diz muito sobre Kim Kardashian. Ao ser maquiada e ter o cabelo produzido, a celebridade não se sente desconfortável ou estranha em relação à rotina. Pelo contrário, fica à vontade e tranquila. Provavelmente, o dia a dia atarefado que se inicia com uma sessão de cabelo e maquiagem já é algo comum para Kardashian.

Ao chegar na reunião, a repórter ressalta que Kim “senta-se elegante à mesa” (GRIGORIADIS, 2015, p. 34) e já começa a apresentar a equipe. Ao receber sugestões de *emojis* para o novo website, a celebridade segura a caneta e risca, categórica, aqueles que não lhe agradam. Como revela o perfil, ela não quer muitos *emojis* das irmãs, em uma intenção clara de não desejar envolver a família no projeto, porque “todos vão querer um pedaço” (GRIGORIADIS, 2015, p. 34).

A imagem da “mulher de verdade”, poderosa, segura de si e talvez fútil se desfaz ao longo da entrevista justamente nos pequenos detalhes. Embora Kim fale “acredito que sou muito mais inteligente do que me retratam” (GRIGORIADIS, 2015, p. 34) e a própria jornalista diga que ela “pode não aparentar ser intelectual, mas é extremamente sagaz” (GRIGORIADIS, 2015, p. 34), não é nesses momentos que elas tentam convencer o leitor disso.

Ao almoçar, Kim pede uma refeição de tamanho aparentemente regular, mas come apenas a metade e “com modos impecáveis à mesa” (GRIGORIADIS, 2015, p. 35). Além da elegância acima citada, a repórter ajuda a tirar Kim de seu pedestal. Afinal, ela, como muitas pessoas, também aparenta preocupação com o peso. “No almoço, enquanto ela termina de comer (dizendo ‘tenho que tirar essa comida da minha frente’)” (GRIGORIADIS, 2015, p. 36).

Ao ser questionada se se considerava feminista, Kim parece medir as palavras. “Nunca fui muito fã de rótulos e não gosto de impor minhas opiniões’, ela responde, dobrando o guardanapo” (GRIGORIADIS, 2015, p. 36). Demonstra, assim, uma sobriedade e um balanceamento necessários para uma pessoa pública. Ela finaliza dizendo que se considera feminista, mas, é possível notar que a força desse rótulo é abrandada pelo breve comentário anterior e sua reação comedida. De algum jeito, o “dobrando o guardanapo” coloca uma imagem forte dela na mente do leitor, que consegue

imaginá-la pensando cuidadosamente no que responderia.

Entretanto, quando a repórter pergunta se as *selfies* feitas por ela não servem somente para ganhar a admiração masculina, ela retorna dizendo que acha que não. Após a resposta, Grigoriadis acrescenta um “diz, sem aparentar certeza” (GRIGORIADIS, 2015, p. 37), estimulando a dúvida também no pensamento do público. Outro elemento que a jornalista parece destacar na intenção de contradizer o suposto feminismo de Kim e a atitude revolucionária com relação ao corpo – com as polêmicas *selfies* nuas enquanto estava grávida, por exemplo –, é o fato de que a perfilada não acha as suas fotos nuas excitantes. “Em seguida, pergunto: ‘Quando você olha para fotos sexy suas, é sexualmente excitante?’ Ela balança a cabeça firmemente em negação, mudando rapidamente de assunto” (GRIGORIADIS, 2015, p. 37). A negação exagerada e a mudança rápida de assunto mostram ao leitor que talvez ela não esteja tão confortável com esse estilo de vida quanto a mídia faz parecer. Esse detalhe inscrito na resposta negativa faz com que paire a seguinte questão: se ela não se sente estimulada com suas imagens, essas fotos são para quem?

Na matéria escrita por Wofford sobre Ben Schlappig, os detalhes são responsáveis por apontar a solidão do personagem e chamar a atenção para os luxos advindos do hobby dessa celebridade. O conforto demonstrado por Ben nos voos de primeira classe é similar ao de Kim Kardashian sendo maquiada por profissionais diariamente. Um exemplo disso é quando Wofford insere na reportagem uma fala de Ben declarando o quão sortudo ele é por trabalhar com o que ama, e afirma que ele diz isso “se espreguiçando em uma poltrona ergonômica enquanto atingimos 30 mil pés de altitude” (WOFFORD, 2015, p. 72). Em seguida, Schlappig declara que o avião é seu quarto, “esticando-se para pegar os chinelos de cortesia” (WOFFORD, 2015, p. 72).

O perfilado parece se esforçar para criar uma imagem de si: como alguém plenamente satisfeito com a vida que leva. Talvez, se o jornalista não tivesse se esforçado para mostrar um contraponto (a solidão da celebridade), a única imagem que o leitor teria de Ben seria a de um homem rico e feliz. Outro contraste visível a partir dos detalhes é o da vida urbana e agitada de Ben em oposição à tranquilidade do lugar em que seus pais moram. “Era um passatempo interessante’, diz o pai, Arno, enquanto cigarras cantam fora do apartamento em St. Petersburg, Flórida” (WOFFORD, 2015, p. 72). Diferente do aeroporto estéril, frio e mórbido, na cidade de seus pais as cigarras ainda cantam.

Os detalhes funcionam para dar vida às falas dos personagens e podem complementar o recurso de “descrição cena a cena”. “Como você define ‘se aproveitar’?”, ele questiona, devolvendo

uma toalha de mão a uma comissária de bordo atenciosa enquanto voamos sobre o mar do sul da China” (WOFFORD, 2015, p. 74). O valor jornalístico dessa frase é praticamente nulo, se considerarmos o ideal modelo conciso e objetivo de informar os fatos. Já a inclinação literária é notável. A frase detalhada, por exemplo, auxilia o público a imaginar a cena e dar ao fato uma atenção semelhante a que daria a um conto, imergindo na trama. “Ele conversa durante uma massagem de cortesia, se esticando ocasionalmente para dar um gole em um copo com gim e licor de amora” (WOFFORD, 2015, p. 74). Conforme dito anteriormente, são muitas as tentativas de mostrar o quão confortável e acostumado Schlappig está com as viagens luxuosas. A escolha de Wofford por repetir incansavelmente isso não é impensada. A insistência em passar uma imagem feliz provém da própria fonte, que apenas ao final da matéria “deixa entrever uma ponta de tristeza em seu sorriso” (WOFFORD, 2015, p. 75), ao admitir que seu trabalho o isola das pessoas e o distancia de uma vida rotineira e pacata. Para não pensar em na existência vazia, na solidão e na distância de amigos ou de familiares, Ben se distrai com objetos de consumo. “Em nosso voo seguinte, Schlappig tenta ficar motivado com a seleção de champagnes, falando sobre as melhores harmonizações de refeições com uma garrafa de Krug de US\$200” (WOFFORD, 2015, p. 75).

Em *Força Negra*, foi dito acima que Peu Araújo inicia o texto com a descrição do cenário. Analisando o trecho mais a fundo, percebe-se a presença de alguns detalhes. Diversas informações reveladas no trecho poderiam ser ignoradas em uma reportagem escrita segundo os moldes do jornalismo tradicional. Contudo, no jornalismo literário, os pormenores de um cenário enriquecem a matéria por ampliarem a inserção do leitor no texto. Assim, citar a música que tocava no local onde Emicida estava lançando o segundo álbum ou informar o andar exato do camarim tornam-se detalhes relevantes, pois servem a um propósito específico, o de localizar o contexto e de atestar a presença do repórter no local que descreve, tal como uma “prova” de que de fato aquilo que é narrado ocorreu.

“Dois marmitex pequenos recém-chegados repousam recheados com uma porção de escondidinho de carne-seca e outra de arroz” (ARAÚJO, 2015, p. 52). Emicida, certamente, tem dinheiro para almoçar nos melhores restaurantes da cidade em que vive. Do contrário, ele almoça comida caseira, carregada até o trabalho em duas marmitas. Assim, Araújo não precisa dizer que o cantor mantém sua humildade e preza pela origem simples, apesar da fama. Essa mensagem está nas marmitas que leva para a empresa. E ele só come no fim do dia – e porque seu sócio, Evandro, lembrou. “Ele desembulha as marmitas, coloca metade da mistura e um punhado de arroz no prato” (ARAÚJO, 2015, p. 52).

Araújo não se atenta muito para a descrição da aparência física de Emicida, exceto por alguns detalhes. Em uma frase, chega a comentar sobre o seu cabelo crespo, mas o foco da mensagem não é este. “Sagaz até o último fio de cabelo crespo, ele dá o tom do discurso orgulhoso de todos os seus filhos” (ARAÚJO, 2015, p. 54). A negritude do *rapper* está muito mais presente nas frases de Emicida e em sua história, sempre permeada por situações de preconceito, mas, também, repleta de momentos de exaltação de sua cor.

Como na maioria dos personagens perfilados, o perfil de Trump escrito por Solotaroff não é o de um homem de uma faceta só. Ao mesmo tempo em que é o rei de seu privado universo luxuoso – “[...] diz Donald Trump ao sair do trono em que está sentado, em seu avião, prestes a levantar voo” (SOLOTAROFF 2015, p. 72) –, também é a pessoa que fala como um operário, não tem medo de passar tempo entre eles e relaxa como um sujeito “comum”. “Com a gravata azul afrouxada, ele descansa para comentar o noticiário” (SOLOTAROFF 2015, p. 76). Esse segundo lado é explorado nos diálogos exibidos pelo repórter, mas o primeiro, o do empresário rico que construiu um império, está nos detalhes.

Um fato que talvez muitos leitores desconheçam é o de que a família Trump possui um brasão. Ele está impresso em diversos lugares dentro do avião particular do magnata: “eu o sigo até o salão do Boeing 757, passando por poltronas com as fivelas dos cintos de segurança folheados a ouro e o brasão da família costurado em cada apoio para a cabeça” (SOLOTAROFF 2015, p. 74). O escritório do empresário, localizado na Trump Tower, é igualmente luxuoso, com mesas de madeira nobre. Isso fica evidente quando o repórter explica a seguinte situação: “ele me oferece uma cadeira perto da mesa de mogno que ocupa. Atrás do homem há um busto de Ronald Reagan” (SOLOTAROFF 2015, p. 74) – e uma vista deslumbrante: “Donald Trump se levanta da cadeira em seu escritório e me chama para ir até as janelas que vão do chão ao teto” (SOLOTAROFF 2015, p. 75).

Os detalhes expostos na matéria *Sentindo na Pele* revelam alguns aspectos da personalidade e da aparência de Cleo Pires. Pela frase “Usa ostensivos dreadlocks nos cabelos morenos, parte da composição de seu próximo papel na TV” (RODRIGUES, 2015, p. 60), o leitor fica sabendo como era o cabelo da atriz na época da entrevista. Com outro trecho, é possível saber que ela é fumante: “‘Vamos fumar lá fora?’, Cleo pergunta enquanto enrola o próprio cigarro” (RODRIGUES, 2015, p. 61). E as artes em seu corpo, em evidência na fotografia da matéria, na qual ela aparece sendo tatuada, são mencionadas poucas vezes: “suas 20 tatuagens [...] também contribuem para compor o visual de uma personalidade singular” (RODRIGUES, 2015, p. 61).

Os detalhes são recursos que exigem muito do repórter, pois ele precisa estar atento ao que há de peculiar, de notório ou diferente no perfilado e no contexto. No entanto, quando o jornalista não expressa em discurso indireto, costuma colocar a evidência de tais detalhes no discurso direto, ou seja, na voz da própria fonte. O perfil *Guerreira da Liberdade* é o que oferece menos detalhes sobre a celebridade perfilada. Mas é possível apreender alguns aspectos da personalidade de Daniela pela narrativa do jornalista intercalada com o discurso direto Manu. “Por falar o que pensa mesmo quando não é convidada a se pronunciar publicamente, Daniela tem consciência de que não é unanimidade no meio em que vive. Há quem a rotule como ‘metida’” (FERREIRA, 2015, p. 46). Manu, esposa de Daniela, complementa: “Ela é mais distraída do que metida” (FERREIRA, 2015, p. 46).

### 5.3 Ponto de vista

“Parece fútil, não?” (GRIGORIADIS, 2015, p. 34). É com esta pergunta – num tom de afirmação – que Grigoriadis abre o segundo parágrafo da matéria *Mulher de Verdade*. O perfil de Kim é narrado em primeira pessoa pela repórter, que parece ter opiniões sobre a personagem. Ainda na primeira página, após apresentar informações iniciais, os valores da jornalista estão presentes, quando ela diz que, embora Kim não aparente ser intelectual, a celebridade é sagaz e possui alta inteligência emocional, “o que são coisas muito mais valiosas nos tempos atuais” (GRIGORIADIS, 2015, p. 34).

Ao falar das diversas características positivas de Kim, centrando-se para além de sua beleza, Grigoriadis alfineta os próprios leitores (na segunda pessoa). “Kim também é extraordinariamente humana – você não queria ouvir sobre como ela se maquia?” (GRIGORIADIS, 2015, p. 35). Assim, aos poucos, desmente a suposta futilidade da qual “acusa” a celebridade no início da narrativa. Isso configura quase uma “linha do tempo” da opinião da repórter sobre Kim. A jornalista ela chega para a entrevista com ideias preconcebidas e um certo preconceito, mas, ao acompanhar a rotina de Kim, vai mudando tanto a maneira interpretá-la e desconstruindo alguns preconceitos. “E é uma boa pessoa – não há como passar um tempo com ela e não ir embora com essa impressão” (GRIGORIADIS, 2015, p. 35). É possível dizer que, assim como a repórter, o leitor poderá se sensibilizar com o personagem construído na narrativa, distanciando-se das ideias já concebidas e abrindo espaço para novas impressões por meio do ato interpretativo.

A jornalista prossegue dizendo o quanto conversar com Kim pode ser divertido. “Quando nos conhecemos, passamos 20 minutos falando sobre como não somos fãs de cachorro e de que tipo de cão não gostamos” (GRIGORIADIS, 2015, p. 35). Também aponta que, em determinados momentos, conversar com ela é o mesmo que falar com um político – respostas minuciosamente arquitetadas que fogem da pergunta original. Grigoriadis conclui a reportagem afirmando que “nós ainda não estamos cansados de assistir” (GRIGORIADIS, 2015, p. 37) essa mistura de digital e humano, real e irreal, que compõe a personalidade de Kim Kardashian.

No perfil de Ben Schlappig, o repórter não se insere na matéria tanto quanto Grigoriadis. A maior parte da reportagem está em terceira pessoa, exceto por pequenos trechos nos quais é possível lembrar que existe um jornalista narrando os eventos, como em “Schlappig me dá esta aula de economia enquanto espera no spa do lounge Clubhouse [...]” (WOFFORD, 2015, p. 73). O ponto de vista de Wofford é expresso de maneira menos evidente, nas escolhas de palavras e nos detalhes em geral e se assemelha ao de um narrador onisciente. Apesar de não interferir em demasia, é ele o responsável por criar o imaginário de Schlappig como um sujeito solitário para o leitor. Mesmo que Wofford dissesse inúmeras vezes o quanto Schlappig é infeliz, suas palavras jamais teriam o mesmo poder que o seguinte trecho: “Faço o que amo”, sussurra, talvez mais para si mesmo. “você precisa entender: esta sempre foi a minha paixão” (WOFFORD, 2015, p. 75). Nessa parte a celebridade tenta se convencer de que faz aquilo porque gosta. Se desarma por um instante, quase esquecendo da presença do repórter. A força do trecho está na associação do diálogo com um jornalista que decide tomar partido ao dizer “talvez mais para si mesmo”.

Como coloca Motta (2013), nenhuma narrativa é ingênua porque todas elas estão permeadas pela ideologia e preconceitos do narrador. No caso de Wofford, ao analisarmos o plano da expressão, identificamos o uso de um estereótipo quando ele se refere ao público que compartilha o hobby de Schlappig. “É uma colmeia de gênios de TI, especialistas em estatísticas, nerds de aviação e todo tipo de pessoa que não foi ao baile de formatura” (WOFFORD, 2015, p. 72). A construção da imagem solitária de Schlappig ao longo da matéria também é previamente pensada. No início, sua solidão é expressa nos detalhes, no plano da metanarrativa. Ao final, já se encontra uma admissão da própria celebridade, corroborada pelo repórter. É como se Wofford preparasse o leitor ao longo do texto para estar apto a ler a “verdade” no desfecho da reportagem – o lado ruim da fama e daquele tipo de trabalho.

Não há no texto muito espaço para um contraponto relativo à legalidade do hobby de Schlap-



pig, aspecto que seria mais bem aprofundado, por exemplo, em uma reportagem informativa de cunho investigativo. No entanto, um pequeno quadro traz a opinião de, Henry Harteveltdt, ex-gerente de programa de fidelidade, afirmando que “os jogadores têm sujeira nas mãos e as companhias aéreas também” (WOFFORD, 2015, p. 75). Mas ao longo do perfil, o repórter, ao usar palavras com conotação negativa, tais como “obsessivo”, “manipular” e “enganar”, demonstra uma possível contrariedade ao hobby. Em um dos trechos, duas dessas palavras são combinadas: “Aos 25 anos, ele é um dos maiores astros de um grupo de elite de viajantes obsessivos cuja meta é enganar as companhias aéreas” (WOFFORD, 2015, p. 72). Elas também aparecem separadamente em diversos momentos.

*Força Negra* é narrada em terceira pessoa. Ao contrário do que é expresso em *Sentindo na Pele e Guerreira da Liberdade*, essa narrativa não é “fria” e impessoal. O repórter se permite dizer: “temos aqui uma história de superação que ficaria bem até nos cinemas” (ARAÚJO, 2015, p. 52). A opinião de Araújo aparece sutilmente em frases como essa. Afinal, o que o leva a afirmar que a história seria boa para o cinema, é de fato a opinião pessoal – formulada a partir do entendimento próprio sobre que tipo de histórias costumam virar filmes –. O mesmo ocorre no seguinte trecho: “É bom olhar para o menino negro, pobre e sem perspectiva que contrariou muita gente para estar onde está, mas sem dúvida é mais confortável narrar os passos do que vivê-los” (ARAÚJO, 2015, p. 52). Não há um embasamento jornalístico e factual para essa afirmação, ou seja, ela parte do olhar subjetivo do próprio jornalista – o que não a torna menos interessante ou digna de ser mencionada.

O que a narrativa em terceira pessoa permite é que Araújo consiga falar não só por si mesmo, mas pela celebridade perfilada:

Não, não estamos mais falando daquele neguinho que via tudo do lado de fora. Estamos falando de um músico que liga para o Caetano Veloso, tem o figurino do seu show assinado pelo estilista João Pimenta, que também acaba de lançar uma coleção (em parceria com a grife West Cost), que namora apresentadora de TV, que enche três dias seguidos de auditórios, que causa polêmica com declarações, que combate o racismo no Brasil (ARAÚJO, 2015, p. 57).

Neste caso, nota-se diversas informações verídicas mencionadas no texto. Não se trata do que pensa o repórter, mas sim do que disse ou fez a fonte. A narrativa em terceira pessoa marca a escolha do repórter em se colocar próximo da realidade da personagem. Além disso, o recurso pessoaliza o texto e pode gerar uma afinidade do leitor com o que está expresso, seja pela estética da narrativa seja pela tessitura da história.

*Trump Levado a Sério* é narrado em primeira pessoa – “Ele passa pelo meu assento para me

cumprimentar” (SOLOTAROFF 2015, p. 72). O título já determina o posicionamento do autor da reportagem: este não é mais um perfil para apontar exclusivamente os extremismos de Trump, mas para levá-lo a sério como candidato à presidência dos Estados Unidos. No fim, porém, a matéria se mostra ponderada e não tão parcial, ao contrário do esperado. A liberdade de fala do jornalista, possível na primeira pessoa, permite que ele desminta a fonte:

“É maior que o [avião oficial da presidência] Air Force One. Sabia que ele apareceu no Discovery Channel como o jato mais luxuoso do mundo?” (Na verdade, não é maior que o Air Force One e apareceu no Smithsonian Channel, mas isso mostra que, como em muitas coisas que Trump fala, as pinceladas grossas importam mais do que os detalhes). (SOLOTAROFF 2015, p. 74).

No trecho, Trump alega que o avião pessoal seria maior do que o avião da presidência. Solotaroff, baseando-se em sua pesquisa jornalística, desmente a informação e completa com uma observação feita nos dias em que passou em contato com a fonte. O repórter revela que o candidato não se nega a omitir pequenas informações e a mentir sobre outras, caso isso possa aprimorar, em algum nível, a imagem dele perante o público.

A narrativa em primeira pessoa também possibilita que o repórter reclame do comportamento de Trump, que evita falar de assuntos mais sérios e relevantes. “Parece justo, embora tenhamos passado horas em seu escritório e eu ainda não tenha conseguido fazer nenhuma pergunta sobre política, tendo recebido a garantia de que abordaríamos ‘todas essas coisas’ mais tarde” (SOLOTAROFF 2015, p. 74). O perfilado adia ao máximo as perguntas sobre política, tentando distrair o jornalista com a discussão de assuntos relativamente agradáveis em um ambiente de luxo.

Contudo, no desfecho da matéria, prevalece a conclusão que já fora feita no título. Trump pode ser levado a sério:

Ao longo de dez dias e vários encontros, consegui espiar por trás das cortinas de sua bravata e imagem e enxergar o homem muito bem. Se você está esperando que Trump exploda em um zepelim de gafes e discursos de ódio, pode tirar o cavaleiro da chuva. Donald Trump está aqui para ficar – e ganhando força e impulso a cada momento (SOLOTAROFF 2015, p. 74).

Solotaroff, com a experiência de quem passou dez dias junto à fonte, atesta que o magnata não se limita à figura excêntrica e dotada de opiniões talvez desagradáveis. Segundo o repórter, Trump é um talentoso administrador com propostas reais e deve ser considerado uma “ameaça” àqueles que almejam a presidência.

*Sentindo na Pele* é narrada, na maior parte, em terceira pessoa, mas há momentos em que

aparece o uso da primeira pessoa na narrativa – por exemplo, neste início de frase: “Quando pergunto quais as personagens que acha mais interessantes” (RODRIGUES, 2015, p. 61). Em outro momento, Rodrigues quase deixa a própria fonte conduzir a entrevista. “Ainda há tempo para mais algumas questões. Sempre há. ‘Já ouviu essa teoria aí de que 6 bilhões de pessoas vão morrer?’”, pergunta” (RODRIGUES, 2015, p. 63). No trecho, o questionamento é feito por Cleo, o que mostra o uso de discurso direto alinhado à perspectiva do repórter.

Nota-se que há um lado positivo em manter-se impessoal e distante, pois é possível que a reportagem seja fiel às informações fornecidas pelo entrevistado. No entanto, o lado negativo é que a fonte passa a ter mais controle sobre o perfil, podendo vender ao público a imagem que mais lhe convir. “Após entrar de vez para o rol de celebridades e chamar atenção nas telas, automaticamente começou a ser cobrada, como se tivesse que justificar toda uma possível herança de adjetivos vinda dos pais famosos” (RODRIGUES, 2015, p. 62). Aqui, está expressa não a opinião do repórter, mas o que pensa Cleo. É por esse, entre outros motivos, que Wolfe (2005) fala que o ponto de vista em terceira pessoa permite mostrar os pensamentos da fonte, em vez da mera impressão que o repórter tem sobre o que a fonte revela. Afinal, Rodrigues inferindo que Cleo sentia-se cobrada para estar no mesmo patamar que seus pais não tem o mesmo poder que uma admissão partindo da própria Cleo.

O maior problema identificado nessa matéria é o de que o repórter assume a ideia que a celebridade tenta oferecer de si mesma. Rodrigues pouco discorda ou contrapõe Cleo e, quando o faz, é de maneira sutil. No trecho em que a atriz diz não se sentir bonita, mas esquisita, ele utiliza a ironia para expor um pensamento contrário. “A sua ‘esquisitice’ estampou a capa de 35 anos da revista *Playboy*, em 2010” (RODRIGUES, 2015, p. 61). Ao longo do texto, não se nota muita inferência crítica de Rodrigues sobre o que é exposto em relação à atriz.

Em *Guerreira da Liberdade*, há certa falta de criatividade ou a presença de insegurança do repórter para se aventurar no texto literário. Ferreira mantém um tom frequentemente impessoal, evitando usar recursos literários. Às vezes, falta um pouco de personalidade ao texto e o repórter acaba utilizando clichês narrativos. O trecho seguinte traz um exemplo: “O discurso até pode parecer intocado. Mas essa moça de 50 anos está mesmo diferente, para referenciar o título do samba de Chico Buarque” (FERREIRA, 2015, p. 45). Neste trecho, ele “brinca” com o título *Essa Moça Tá Diferente*, música de Buarque, e afirma que, mesmo com Daniela sendo consistente em suas opiniões desde criança, ela mudou de alguma forma. No entanto, a afirmação, como fica perceptível na sequência do texto, não partiu dele: “A própria Daniela reconhece a diferença positiva. ‘Essa revi-

ravolta na minha vida pessoal me deixou mais aguerrida’” (FERREIRA, 2015, p. 45).

Ao final do texto, Ferreira faz algumas observações. “Rainha das opiniões, dadas com ou sem consentimento alheio, Daniela Mercury de Almeida Verçosa segue sua sina, falando sobre o que acredita, irradiando de maneira solar, como faz na música, a liberdade do próprio pensamento” (FERREIRA, 2015, p. 47). Lendo a reportagem, fica claro que esta frase final a respeito da celebridade, como as demais, foi muito mais fundamentada nos relatos de Daniela e Manu do que na observação empírica feita pelo jornalista durante a entrevista.

#### 5.4 Diálogo

O diálogo é um bom recurso para exprimir a opinião da fonte sobre um determinado assunto, quando se reproduz integralmente a forma da fonte falar – enfatizando os trejeitos, as gírias e, inclusive, os erros gramaticais. Esse recurso também diz muito ao leitor sobre a personalidade do personagem da narrativa.

Em um momento, começo dizendo a ela que acho que, em um país de famílias disfuncionais, o fato de que a dela consegue se comunicar também é impressionante, mas tudo que consigo falar é “outro negócio que é atraente em você...”, antes que Kim me interrompa, dizendo: “Certo, acho ótimo o programa ser uma inspiração. Comecei em um apartamento pequeno e agora estou nesta casa imensa” (GRIGORIADIS, 2015, p. 35).

O trecho acima mostra o deslumbramento da repórter diante de uma Kim pragmática, intimidadora e que não tem tempo a perder. Já outros trechos funcionam para abrandar a imagem sobre-humana e imponente de Kim, como o diálogo entre ela e Caitlyn no instante em que descobre que a madrasta era transexual. “‘Peguei minha bolsa e corri para o carro’. Jenner ligou para ela meia hora depois e disse: ‘um dia, conversaremos sobre isso. Até lá, não conte para ninguém’. ‘Falei: Ok’” (GRIGORIADIS, 2015, p. 35). Nesse, ao vê-la surpresa e sem reação, é possível que o leitor imagine e interprete a Kim de forma mais humanizada.

O marido de Kim, Kanye West, é uma parte importante da vida dessa celebridade, tornando necessário que se fale dele no perfil. Para fugir da proposta de um perfil focado na socialite, com o auxílio do diálogo, a repórter reproduz uma versão de Kanye aos olhos de Kim:

Começamos a falar sobre Kanye. Ela é a musa dele ou ele é o consorte dela? “Acho que definitivamente somos opostos. Eu o acalmo e ele me estimula”, descreve. Quando estão em casa, ele fica falando e reclamando enquanto ela secretamente

reza para que ele cale a boca? “Não”, diz, endurecendo um pouco. “em casa, Kanye ama ver filmes. Assiste qualquer coisa de animação com a North” (GRIGORIAS, 2015, p. 37).

Na reportagem *Vida nos Ares*, o diálogo é usado em especial nas partes explicativas, na intenção de deixar o texto mais leve e menos tedioso. Wofford intercala a biografia de Ben Schlappig, por vezes narrada por seus parentes e amigos, com explanações sobre o funcionamento do hobby de Ben e a origem dessa paixão. “Os professores me diziam: ‘Ele está à frente de tudo’. Estava entediado”. Aos 13 anos, o garoto descobriu o website FlyerTalk [...]”. Neste exemplo, a mãe de Schlappig fala da inteligência excepcional do perfilado. Wofford, então, parte para as explicações sobre o fórum e os passos que um aficionado por viagens aéreas deve seguir se deseja viajar “de graça” (WOFFORD, 2015, p. 72).

No perfil, citações diretas do entrevistado são utilizadas para reforçar sua solidão. Como foi dito anteriormente, Schlappig tenta convencer o leitor, a todo o instante, de que é feliz. No início do perfil, ele afirma: “Sou muito sortudo por fazer o que amo” (WOFFORD, 2015, p. 72), declarando-se satisfeito de ter um avião como a sua casa. Pouco antes do final do texto, admite que seu hábito é isolador: “Há vezes em que são 3h da manhã em Cantão, na China, e você pensa: ‘Ah, eu poderia estar em Los Angeles me divertindo com amigos’” (WOFFORD, 2015, p. 75). E no último parágrafo, conclui, incerto: “Quero o que não posso ter. Não há nada gratificante nisso. É louco e fodido. Mas ainda gostaria de pensar que sou uma pessoa razoavelmente feliz” (WOFFORD, 2015, p. 75). Estas falas são fortes e marcantes. Durante a reportagem, é provável que o leitor e a fonte percorram um mesmo caminho interpretativo da história – começam celebrando e admirando o luxo daquele estilo de vida e, ao fim, sentem falta de uma felicidade mais singela, ligada aos valores não palpáveis, tais quais a amizade e a fraternidade.

As frases escolhidas por Araújo para figurarem na reportagem *Força Negra* chamam a atenção em dois sentidos: podem ser um baque para o leitor, porque estão carregadas de um conteúdo pesado e que precisa ser descrito, e trazem a forma de falar da fonte, fazendo referência às origens simplórias de Emicida. “‘Eu olho pra primeira mixtape e sinto fome. Eu gosto dela, mas, mano, me vem a mesma situação’” (ARAÚJO, 2015, p. 52). As gírias aparecem em muitas delas. “‘Hoje fica esse debate se você é capitalista ou se é comunista. Eu sou preto. Sou um cara que sabe a lenda de Oxóssi, tá ligado?’” (ARAÚJO, 2015, p. 52).

Araújo já havia utilizado os demais recursos para exibir a faceta responsável e dedicada de Emicida. Com o diálogo não é diferente: “‘Eu não posso ficar brincando quando 15 pessoas depen-

dem diretamente disso aqui e sei lá quantos milhões de pessoas sonham com esse bagulho” (ARAÚJO, 2015, p. 52). Ele leva o seu trabalho e as oportunidades únicas que teve muito a sério. Por ter tido uma vida árdua, reconhece que nem todos os aspirantes a *rappers* vão dispor das mesmas chances que ele.

Para mostrar o alcance que Emicida tem no cenário musical, o repórter entrevistou outros artistas de referência no meio musical, como Caetano Veloso. ““O novo disco do Emicida é realmente um acontecimento na cena do hip-hop brasileira e mesmo no panorama da música brasileira como um todo”, avalia Caetano Veloso” (ARAÚJO, 2015, p. 53). Se o leitor, por algum motivo, ainda não estava convencido do sucesso de Emicida, a opinião direta de um dos gigantes da MPB certamente pode causar algum impacto. O próprio Emicida reconhece e se surpreende com o próprio alcance no cenário musical ao avaliar a proximidade que tem com Caetano. ““Nunca imaginei que um dia eu iria ligar pro Caetano Veloso e falar: ‘E aí, Caetano, firmeza? Ó, tô com uma letra aqui’” (ARAÚJO, 2015, p. 54).

No perfil de Trump, os diálogos denotam a espontaneidade do personagem – ““Ei, você conseguiu vir, que bom te ver!” (SOLOTAROFF 2015, p. 72). E também revelam a inquietude dele: ““Você já deu uma volta por aqui? Não? Mas que coisa! Venha, vou te mostrar”” (SOLOTAROFF 2015, p. 72). Segundo o repórter, o empresário “Tem as mesmas construções de frase de gente simples e elaborou sua mensagem expressamente para o ouvido dessas pessoas” (SOLOTAROFF 2015, p. 76). Talvez por isso Trump ainda tenha uma aceitação surpreendente por parte do povo americano. “Ele conviveu com operários e aprendeu a falar como eles ao acompanhar o pai até canteiros de obras” (SOLOTAROFF 2015, p. 76). O jornalista destaca que o sotaque do candidato é marcante e, acompanhado de ambiciosas promessas eleitorais, agrada os ouvidos do público nos comícios.

Em diversas ocasiões, Trump evita as perguntas mais complexas feitas por Solotaroff:

Sento para assistir à cobertura da campanha e ele me pergunta se eu sei o que são inversões. “Ahn, não”, respondo, achando que receberei um tutorial sobre padrões de vento a 30 mil pés de altitude. “É quando as empresas deixam os Estados Unidos e levam consigo milhares de bons empregos. O que você acha, parece justo?”. “Bom, não, não parece”, respondo, “mas o que você faria com relação a isso nos seus primeiros 100 dias?”. “É, preciso me lembrar de falar sobre isso hoje à noite, mas estou ocupado agora! Tenho que me preparar!” (SOLOTAROFF 2015, p. 74).

O magnata busca conduzir a opinião do entrevistador e a convencê-lo. Ele é bom nisso e fica evidente o exímio poder de persuasão do personagem. Trump também é bom em desviar das questões importantes e focar apenas no que lhe interessa. Está constantemente ocupado para os assuntos

que não lhe serão benéficos.

Os discursos pujantes da celebridade são um de seus pontos fortes e, simultaneamente, uma das maiores ameaças a sua campanha:

Na TV, cortaram para um trecho com Scott Walker, o governador de Wisconsin que parece um robô antiquado. Walker é elogiado pelo âncora por seu estilo “lento, mas constante”, enquanto Trump rebate: “É, é lento, mesmo! É é isso o que já temos: leento”. Os funcionários à mesa de reunião gritam e riem; o chefe, no entanto, só está esquentando os motores. Quando o âncora pergunta à Carly Fiorina sua reação a Trump, a expressão dele vira uma carranca de criança descontente enquanto a câmera dá um close na candidata. “Olha a cara dela!”, ele grita. “Alguém votaria nisso? Dá pra imaginar uma coisa dessa sendo o rosto da nossa próxima presidente?!”. A risada diminui atrás dele” (SOLOTAROFF 2015, p. 76).

Conforme Solotaroff salienta, esta é a benção e a maldição de Trump: ele não sabe ficar quieto quando está ganhando e acaba estragando as boas oportunidades ao se manifestar de forma odiosa e intolerante. Fica evidente com a interpretação da narrativa que constrói a imagem de Trump que os mesmos instintos que o levaram ao topo também o fazem desenvolver inimizades.

No perfil de Cleo Pires, as frases da atriz têm bastante destaque, sendo responsáveis por revelar tudo o que o repórter não fala sobre a personalidade dela. “Cleo Pires (‘Há 33 anos escrevem meu nome com acento, mas não tem acento’) é inquieta (‘No bom e o mau sentido’) e um tanto cigana (‘Física e emocionalmente’)” (RODRIGUES, 2015, p. 60). O vocabulário da celebridade diz muito sobre ela, condizendo com a personagem atrapalhada e ousada apresentada pela narrativa. Nestes trechos há palavrões e expressões em inglês: “‘Ela está muito fodida’” (RODRIGUES, 2015, p. 61), diz Cleo ao se referir ao estado de uma das protagonistas que considera mais interessantes no cinema. “São fases impulsivas, que nascem out of the fucking blue” (RODRIGUES, 2015, p. 62), fala a atriz, ao tratar de seu amor recente por artes de unha.

Na reportagem, curiosa, Cleo faz mais perguntas do que o repórter. “Ela mostra as mãos e emenda com a pergunta: ‘Qual é o seu signo?’” (RODRIGUES, 2015, p. 62). Muitos assuntos e pessoas chamam a atenção da atriz. “Ele está em treinamento? Está indo bem?”, Cleo pergunta para uma garçonete sobre o jovem que nos atende. O garoto atravessa seu terceiro dia no local como garçom” (RODRIGUES, 2015, p. 63).

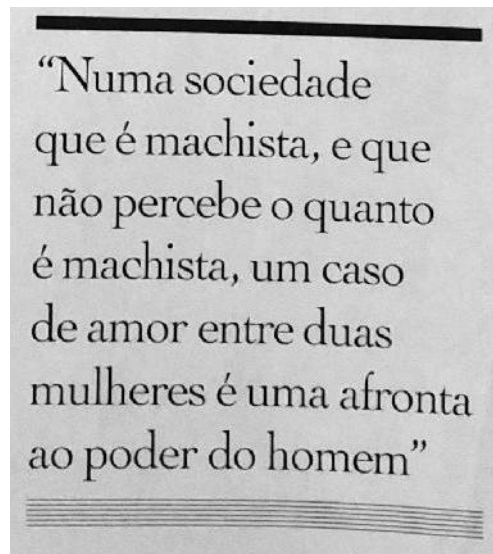
Em *Guerreira da Liberdade*, o jornalista Mauro Ferreira opta por narrar na terceira pessoa. Como aponta Wolfe (2005), uma das vantagens dessa escolha de ponto de vista é reproduzir de forma fiel a opinião das fontes. O diálogo é utilizado para que a personagem possa contar ela mesma a

sua história:

“Quando eu anunciei meu casamento com a Malu no Instagram, houve muita especulação de que eu estaria me promovendo com minha união com ela. Também ouvi gente dizer: ‘Não fala muito, porque você pode estragar a carreira’. Teve quem questionasse: ‘Por que você não vive escondida esse amor?’. Para quem mandou eu me esconder, eu me mostro nua” (FERREIRA, 2015, p. 44).

As falas de Daniela Mercury são expostas em citações diretas, de maneira a preservar seu impacto inicial. Na primeira página, uma dessas frases é exibida em destaque (figura 4): “‘Numa sociedade que é machista, e não percebe o quanto é machista, um caso de amor entre duas mulheres é uma afronta ao poder do homem’” (FERREIRA, 2015, p. 44). São muitas as mensagens veementes passadas pela celebridade ao longo do texto, o que mostra ao leitor a sua força como ativista e artista. A atriz segue defendendo seu lugar na sociedade, o que auxilia a compreender a personalidade de Daniela: “‘uma parte da sociedade acha imoral o amor entre as mulheres. Mas imoral é a violência. Ser lésbica é ser livre’” (FERREIRA, 2015, p. 45), diz Daniela.

**Figura 4** – Frase de Daniela em destaque na matéria.



Fonte: ed. 112 da revista *Rolling Stone* (2015).

Ao analisar os textos selecionados da revista *Rolling Stone*, ficou evidente que os repórteres utilizam os recursos literários, os quais não só permitem contextualizar o leitor no cenário narrado, mas oferecer detalhes, metáforas, perspectivas e fluxos de consciências, que podem despertar o interesse do leitor em seguir a leitura do perfil, além de conferir força à narrativa na revista. Na seção seguinte serão tecidas as considerações sobre a presente análise.



## 6. Considerações finais

Na análise, conseguimos notar diferenças entre as matérias traduzidas da matriz e o conteúdo original produzido no Brasil. Nos perfis da *Rolling Stone* norte-americana, os jornalistas ousaram muito mais, recorrendo com maior frequência aos recursos literários. O ponto de vista escolhido nos três perfis traduzidos foi o da narração em primeira pessoa, no qual as observações do repórter se sobrepõem às informações repassadas pela fonte. Os jornalistas se inseriam na narração a todo o instante, comentando as suas reações às respostas e ao comportamento das celebridades perfiladas.

Embora o Novo Jornalismo de Tom Wolfe (2005) “pregue” a narração em terceira pessoa como maneira de ampliar a quantidade de pontos de vista presentes na matéria, percebemos que os jornalistas que optaram pela narração em terceira pessoa não chegaram a explorar as potencialidades dessa perspectiva. Nos perfis não-traduzidos e presentes na *Rolling Stone* brasileira, a narrativa em terceira pessoa contribuiu para a criação de personagens impessoais e, em alguns momentos, distantes. Os quatro recursos do jornalismo literário apareceram na edição nacional, mas em menor grau. Ao começarmos a pesquisa, a impressão inicial era a de que, na *Rolling Stone* do Brasil, a linguagem literária prevaleceria. Agora, percebemos que grande parte dessa impressão se deve às reportagens traduzidas da matriz. Abaixo, apresentaremos as conclusões referentes a cada uma das reportagens.

Em *Mulher de Verdade* (matéria traduzida), sobre Kim Kardashian, escrita por Vanessa Grigoriadis e publicada em julho de 2015, conhecemos uma Kim que vai além da imagem fútil comumente atribuída à celebridade. Com o auxílio de fotos poderosas e um perfil bem escrito, Grigoriadis projeta uma nova imagem de Kim, que agrega seu lado de socialite materialista a exímias habilidades empresariais e a um comportamento mais trivial e humano – e, portanto, digno de falhas. Para isso, os detalhes e a construção cena a cena se mostraram essenciais. A repórter narra, a partir de seu ponto de vista, as peculiaridades do dia que passou em companhia da Kardashian.

Em *Vida nos Ares* (matéria traduzida), sobre Ben Schlappig, escrita por Ben Wofford e publicada em agosto de 2015, Wofford também constrói um perfil de Schlappig centrado em duas facetas. A primeira é a de um empresário que vive em meio ao luxo aliado à figura de um jovem solitário, cujo trabalho o afasta da convivência com a família e amigos. Assim como no perfil de Kim, são os detalhes, imagens e citações diretas bem colocadas que permitem ao jornalista, enquanto fala do sucesso de Schlappig, apresentar a segunda faceta, que, no plano da metanarrativa, está centrada

na sina solitária proporcionada pelo hobby do perfilado.

*Força Negra*, sobre Emicida, escrita por Peu Araújo e publicada em setembro de 2015, se destaca entre as três reportagens escritas por jornalistas brasileiros por ser aquela na qual os quatro recursos do jornalismo literário foram mais bem aplicados. Araújo narra em terceira pessoa, reproduz diálogos, descreve com primazia o cenário ao seu redor e humaniza Emicida com o auxílio dos detalhes.

Em *Trump Levado a Sério* (matéria traduzida), sobre Donald Trump, escrita por Paul Solotaroff e publicada em outubro de 2015, o repórter se esforça para construir uma nova imagem de Trump como um homem que, apesar de ter opiniões controversas, possui características favoráveis – um empresário competente e preocupado com os interesses do povo ao qual se dirige. Com os diálogos e as descrições, Solotaroff escreve habilmente o perfil, ponderando os pontos negativos e positivos do candidato à presidência dos Estados Unidos.

O perfil de Cleo Pires, *Sentindo na Pele*, escrito por André Rodrigues e publicado em novembro de 2015, evidencia o pouco domínio e intimidade do jornalista com os recursos literários. Rodrigues não parece inventivo o suficiente em seu modo de perfilar e permite que Cleo praticamente conduza a própria entrevista, ficando preso a uma estrutura fechada e inflexível. O ponto de vista em primeira pessoa surge em poucos momentos, mas não o suficiente para criar uma narrativa com personalidade.

*Guerreira da Liberdade*, sobre Daniela Mercury, escrita por Mauro Ferreira e publicada em dezembro de 2015, entre todas as seis, foi a reportagem com menos características de perfil jornalístico literário. Seu foco ficou na entrevista e o repórter poucas vezes fornecia informações da biografia da cantora, mas quando o fazia estava alternada com falas de Daniela e de sua esposa. O forte nessa matéria, assim como na de Cleo Pires, são as frases ditas pelas celebridades. A personalidade enérgica de ambas é o que conduz o texto e faz com que esses perfis não se tornarem tediosos durante a leitura.

A carência de literariedade nos perfis de Cleo Pires e de Daniela Mercury pode acabar se refletindo em uma difícil adesão do leitor ao texto. Outra observação interessante diz respeito à sensação de empatia. Quando bem utilizados, os recursos literários podem promover uma relação empática entre o leitor e o sujeito perfilado no texto jornalístico. O texto *Trump Levado a Sério* é um exemplo dessa abertura empática. Nele, Donald Trump é humanizado ao extremo, quando o jornalista permite exibir não só os defeitos, mas as qualidades do personagem Solotaroff escolhe o que

deseja mostrar, mas fica ao encargo da interpretação do público formular uma opinião positiva ou negativa a respeito de Trump.

Diante do que foi exposto, concluímos que os quatro recursos do jornalismo literário são essenciais para a construção dos perfis de celebridades na revista *Rolling Stone*. O potencial humanizador da literatura, unido ao caráter informativo do jornalismo, tem potencialidade de alterar, em alguns momentos, a percepção do público em relação a um determinado assunto, contexto ou, como foi visto neste trabalho, sobre um tipo específico de pessoa, as celebridades.

## REFERÊNCIAS

- ADNEWS. **7 Capas que Contam a História da *Rolling Stone* no Brasil**. 2013. Disponível em: <<http://www.adnews.com.br/midia/7-capas-que-contam-a-historia-da-rolling-stone-no-brasil>>. Acesso em: 23 de abril de 2016.
- ALI, Fátima. **A arte de editar revistas**. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 2009.
- AMOROSO LIMA, Alceu. **O jornalismo como gênero literário**. 2ª ed. Rio de Janeiro: Livraria Agir Editora, 1969.
- ARAÚJO, Peu. **Força Negra**. *Rolling Stone*, São Paulo, n. 109 p. 50-57, setembro de 2015.
- ARNT, Héris. **A influência da literatura no jornalismo: O folhetim e a crônica**. Rio de Janeiro: Editora E-papers, 2001.
- BAUMAN, Zygmunt. **Comunidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2003.
- BAUMAN, Zygmunt. **Vida líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2007.
- BENETTI, Marcia. Revista e jornalismo: conceitos e particularidades, em SCHWAAB, Reges (org.); TAVARES, Frederico de Mello B (org.). **A revista e seu jornalismo**. Porto Alegre: Penso, 2013.
- BOTÃO, Iuri Domarco; CRISTOFOLETTI, Mayara; DA COSTA, Belarmino Cesar Guimarães. **Além da indústria cultural: experiência da revista cultural *Rolling Stone* Brasil**. Intercom – Sociedade Brasileira de estudos interdisciplinares em comunicação, XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste. São Paulo, 12 a 14 de maio de 2011. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sudeste2011/resumos/R24-0778-1.pdf>>. Acesso em: 03 de março, 2016.
- BUFFINGTON, Cecil. **The History of *Rolling Stone Magazine***. [200-]. Disponível em: <[http://cecilbuffington.com/photo3\\_40.html](http://cecilbuffington.com/photo3_40.html)>. Acesso em: 23 de abril de 2016.
- BULHÕES, Marcelo. **Jornalismo e literatura em convergência**. São Paulo: Ática, 2007.
- CAVALCANTI, Paulo. **45 Anos de História**. 2012. Disponível em: <<http://rollingstone.uol.com.br/noticia/45-anos-de-historia/#imagem0>>. Acesso em: 15 de fevereiro, 2016.
- DIAS, Kadu. ***Rolling Stone Magazine***. 2007. Disponível em: <<http://mundodasmarcas.blogspot.com.br/2007/04/rolling-stone-magazine-bible-ofmusic.html>>. Acesso em: 23 de abril de 2016.
- DOMINGUES, Juan de Moraes. Novo Jornalismo: reflexões sobre a relação entre personagem e romance. **Conexão – Comunicação e Cultura**, UCS, Caxias do Sul, v. 12, n. 24, jul./dez. 2013. Disponível em: <<http://www.ucs.br/etc/revistas/index.php/conexao/article/viewFile/2458/1541>>. Acesso em: 21 de setembro.
- DRAPER, Robert. ***Rolling Stone Magazine: the uncensored history***. New York: Doubleday, 1990.
- FAGAN, Alexandra. ***Rolling Stone's First Issue: "A Rolling Stone Gathers No Moss"***. 2013.

Disponível em: <[http://rockhall.com/blog/post/10252\\_rolling-stone-first-issuecover-story/](http://rockhall.com/blog/post/10252_rolling-stone-first-issuecover-story/)>. Acesso em: 23 de abril de 2016.

FERRARI, Maria Helena; SODRÉ, Muniz. **Técnica de Reportagem: notas sobre a Narrativa Jornalística**. São Paulo: Summus, 1986).

FERREIRA, Fábio Gonçalves. **Gêneros jornalísticos no Brasil: estado da arte**. 2012. Bibliocom, Ano 4, # 1, edição semestral, junho de 2012 Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação – Intercom. Disponível em: <<http://portcom.intercom.org.br/revistas/index.php/bibliocom/article/viewFile/1194/1114>>. Acesso em: 23 de abril de 2016.

FERREIRA, Mauro. **Guerreira da Liberdade**. *Rolling Stone*, São Paulo, n. 112 p. 42-47, dezembro de 2015.

FONTANA, Mônica. **Os limites entre fato e ficção: Jornalismo Literário em perspectiva**. Anais do evento PG Letras 30 anos. Recife: Universidade Federal de Pernambuco, v. 1, p. 325-333, 2006. Disponível em: <[http://www.pgletras.com.br/Anais-30-Anos/Docs/Artigos/3.%20Pesq%20em%20andamento%20Literatura/3.6\\_Monica\\_Fontana.pdf](http://www.pgletras.com.br/Anais-30-Anos/Docs/Artigos/3.%20Pesq%20em%20andamento%20Literatura/3.6_Monica_Fontana.pdf)>. Acesso em: 21 de setembro.

GRIGORIADIS, Vanessa. **Mulher de Verdade**. *Rolling Stone*, São Paulo, n. 107, p. 32-37, julho de 2015.

HAMBURGER, Kate. **A lógica da criação literária**. 2ª ed. São Paulo: Editora Perspectiva, 1986.

HOLLOWELL, John. **Realidad y ficcion: El nuevo periodismo y la novela de no ficcion**. México: Noema, 1979.

JORGE, Thaís de Mendonça; BARROS, Bruna Renata Cavalcante de. **Repórter-marginal: o Novo Jornalismo no Brasil e a produção de João Antônio na revista Realidade**, entre 1966 e 1968. 8º Encontro Nacional de História da Mídia, Unicentro, Guarapuava-PR, 2011. Disponível em: <[http://www.academia.edu/6016493/Rep%C3%B3rter-marginal\\_o\\_Novo\\_Jornalismo\\_no\\_Brasil\\_e\\_a\\_produ%C3%A7%C3%A3o\\_de\\_Jo%C3%A3o\\_Ant%C3%B4nio\\_na\\_revista\\_Realidade\\_entre\\_1966\\_e\\_1968](http://www.academia.edu/6016493/Rep%C3%B3rter-marginal_o_Novo_Jornalismo_no_Brasil_e_a_produ%C3%A7%C3%A3o_de_Jo%C3%A3o_Ant%C3%B4nio_na_revista_Realidade_entre_1966_e_1968)>. Acesso em: 14 de outubro.

KOTSCHO, Ricardo. **A prática da reportagem**. São Paulo: Editora Ática, 2000.

LACERDA, Luciene Mendes. **O jornalismo gonzo: um possível diálogo entre Hunter S. Thompson e Arthur Veríssimo**. 7º Encontro Nacional da Rede Alfredo de Carvalho, 2009, Fortaleza. Mídia alternativa e alternativas midiáticas, 2009. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/encontros-nacionais/7o-encontro-2009-1/O%20jornalismo%20gonzo.pdf>>. Acesso em: 14 de outubro.

LOPES, Paula. **Gêneros literários e gêneros jornalísticos: uma revisão teórica de conceitos**. Biblioteca Online de Ciências da Comunicação, 2010. Disponível em: <<http://bocc.ubi.pt/pag/bocc-generos-lobes.pdf>>. Acesso em: 04 de dezembro.

MAIA, Marta Regina. Perfil: a composição textual do sujeito, em SCHWAAB, Reges (org.); TAVARES, Frederico de Mello B (org.). **A revista e seu jornalismo**. Porto Alegre: Penso, 2013.

MARQUES DE MELO, José; ASSIS, Francisco de. **Gêneros jornalísticos no Brasil**. São Bernardo do Campo: UMESP, 2010.

MARQUES, Fabrício. Jornalismo e literatura: modos de dizer. **Conexão – Comunicação e Cultura**, UCS, Caxias do Sul, v. 8, n. 16, jul./dez. 2009. Disponível em: <<http://www.ucs.br/etc/revistas/index.php/conexao/article/viewFile/124/115>>. Acesso em: 21 de setembro.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Comunicação e Jornalismo – A Saga dos Cães Perdidos**. São Paulo: Editora Hacker, 2000.

MORIN, Edgar. **Cultura de Massas no Século XX**. Rio de Janeiro: Editora Forense Universitária, 2002.

MOTTA, Luiz Gonzaga. **Análise Crítica da Narrativa**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2013.

MOTTA, Luiz Gonzaga. Análise pragmática da narrativa jornalística. In: LAGO, Claudia; BENETTI, Marcia. **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2007.

MOTTA, Luiz Gonzaga. COSTA, Gustavo B. LIMA, Jorge A. **Notícia e construção de sentidos: análise da narrativa jornalística**. Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, Vol. XXVI, No. 1, São Paulo, 2005.

ONE MILE AT A TIME. Disponível em: <<http://onemileatatime.boardingarea.com/>>. Acesso em: 23 de abril de 2016.

OLINTO, Antônio. **Jornalismo e Literatura**. Porto Alegre: JÁ Editores, 2008.

ORSATTO, Franciele Luzia de Oliveira. Relações entre a Revista Piauí e o Jornalismo Literário. **Revista da Comunicação Verso e Reverso**, São Leopoldo: Unisinos, v. 23, n. 54, 2009. Disponível em: <<http://revistas.unisinos.br/index.php/versoereverso/article/view/5773/3005>>. Acesso em: 21 de setembro.

PENA, Felipe. O Jornalismo como gênero e conceito. **Contracampo – Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação**, Rio de Janeiro: Universidade Federal Fluminense, n. 17, 2007. Disponível em: <<http://www.uff.br/contracampo/index.php/revista/article/view/349>>. Acesso em: 21 de setembro.

PENA, Filipe. **Jornalismo Literário**. São Paulo: Contexto, 2006.

PEREIRA LIMA, Edvaldo. **O que é livro-reportagem**. São Paulo: Brasiliense, 1998.

PEREIRA LIMA, Edvaldo. **Páginas Ampliadas: O livro-reportagem como extensão do Jornalismo e da Literatura**. 4ª ed. São Paulo: Manole, 2008.

PORTARI, Douglas. **Repórter velho de guerra**. Observatório da Imprensa, fevereiro de 2005, edição 316. Disponível em: <<http://observatoriodaimprensa.com.br/marcha-do-tempo/reporter->

velho-de-guerra/>. Acesso em: 14 de outubro.

RESENDE, Fernando Antônio. O jornalismo e suas narrativas: as brechas do discurso e as possibilidades do encontro. **Revista Galáxia**, São Paulo, n. 18, p.31-43, dez. 2009. Disponível em: <<http://revistas.pucsp.br/index.php/galaxia/article/view/2629>>. Acesso em: 21 de setembro.

RESENDE, Fernando Antônio. **Textuações: Ficção e Fato no Novo Jornalismo de Tom Wolfe**. São Paulo: Annablume, 2002.

RICOEUR, Paul. **Tempo e narrativa** – Tomo I. São Paulo: Papirus, 1994.

RITTER, Eduardo. **John Hersey e os predecessores do *New Journalism***. *Jornal Alcar*, nº 7, 2013. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/alcar/jornal-alcar-7/john-hersey-e-os-predecessores-do-new-journalism>>. Acesso em: 23 de setembro.

ROCHA, Antônio do Amaral. **A Primeira Versão**. 2006. Disponível em: <<http://rollingstone.uol.com.br/edicao/1/a-primeira-versao#imagem0>>. Acesso em: 23 de abril de 2016.

RODRIGUES, André. **Sentindo na Pele**. *Rolling Stone*, São Paulo, n. 111 p. 58-63, novembro de 2015.

SOLOTAROFF, Paul. **Trump Levado a Sério**. *Rolling Stone*, São Paulo, n. 110 p. 72-76, outubro de 2015.

SPRING. **Publicações** – **Rolling Stone**. Disponível em: <<http://www.springcom.com.br/publicacao/rolling-stone>>. Acesso em: 15 de abril, 2016.

STRELOW, Aline do Amaral Garcia. Jornalismo literário e cultural: perspectiva histórica. **Contracampo – Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação**, Rio de Janeiro: Universidade Federal Fluminense, n. 18, 2008. Disponível em: <<http://www.uff.br/contracampo/index.php/revista/article/view/337>>. Acesso em: 21 de setembro, 2015.

TAVARES, Frederico de Mello Brandão. "Entre objetos", "objetos no entre": revista, jornalismo especializado e qualidade de vida. **Revista Contemporânea**, vol. 6, n.2. Salvador: UFBA, 2008.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo: a tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional**. Florianópolis: Insular, 2013.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo** – Porque as notícias são como são. v.1. 3ª ed. Florianópolis: Editora Insular, 2012.

TUCHMAN, Gaye. A objetividade como ritual estratégico: uma análise das noções de objetividade dos jornalistas. In: TRAQUINA, Nelson. **Jornalismo: questões, teoria e “estórias”**. Lisboa: Vega, 1993. (p. 74-90).

VILLAS BOAS, Sergio. **Perfis e como escrevê-los**. São Paulo: Summus, 2003.

WENNER, Jann Simon. **Biography**. [201-]. Disponível em:

<<http://www.jannswenner.com/Biography/>>. Acesso em: 23 de abril de 2016.

WENNER, Jann Simon. **Letter from the Editor**. 1967. Disponível em: <<http://www.rollingstone.com/coverwall/1967>>. Acesso em: 23 de abril de 2016.

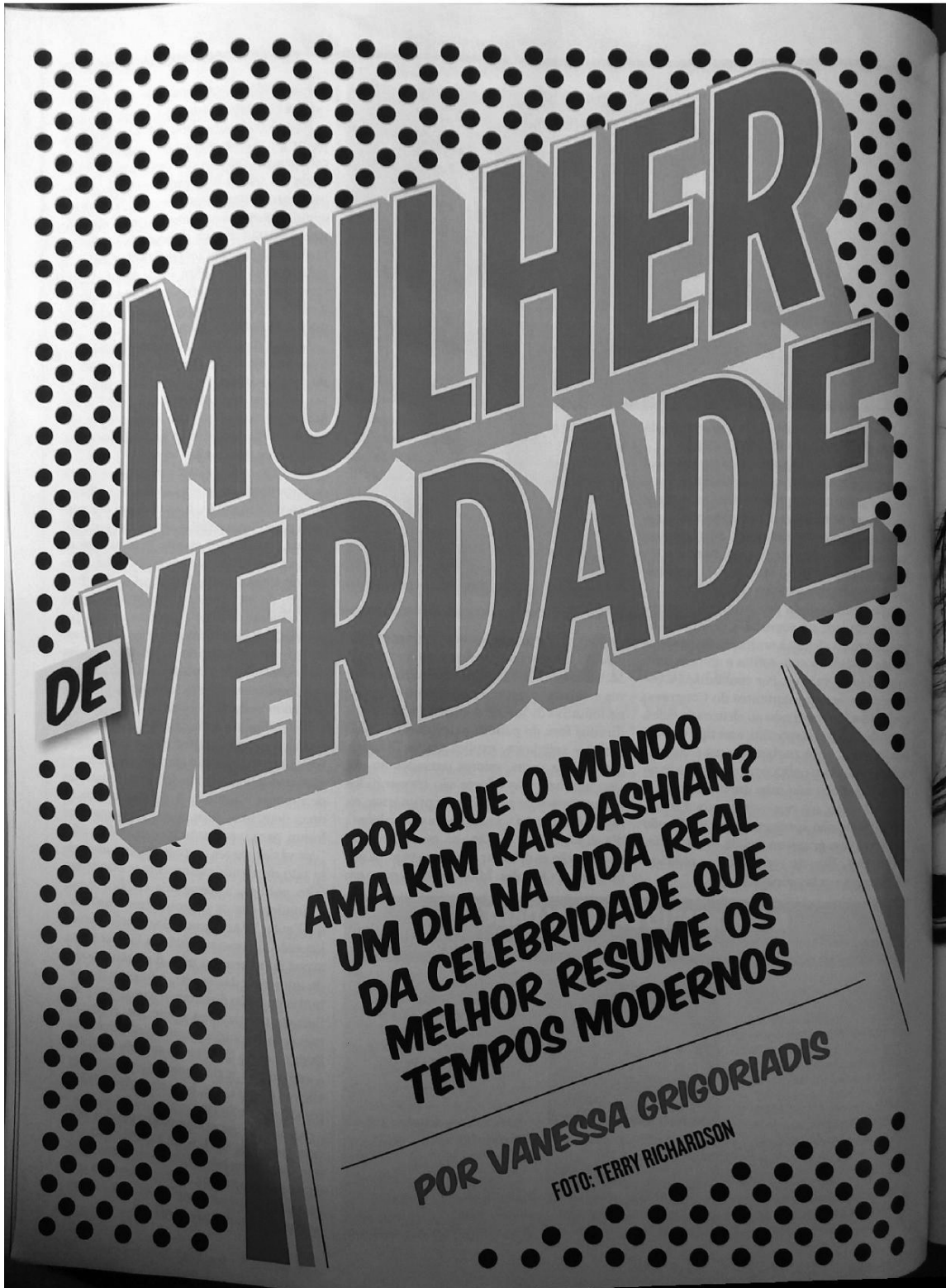
WOFFORD, Ben. **Vida nos Ares**. *Rolling Stone*, São Paulo, n. 108 p. 70-75, agosto de 2015.

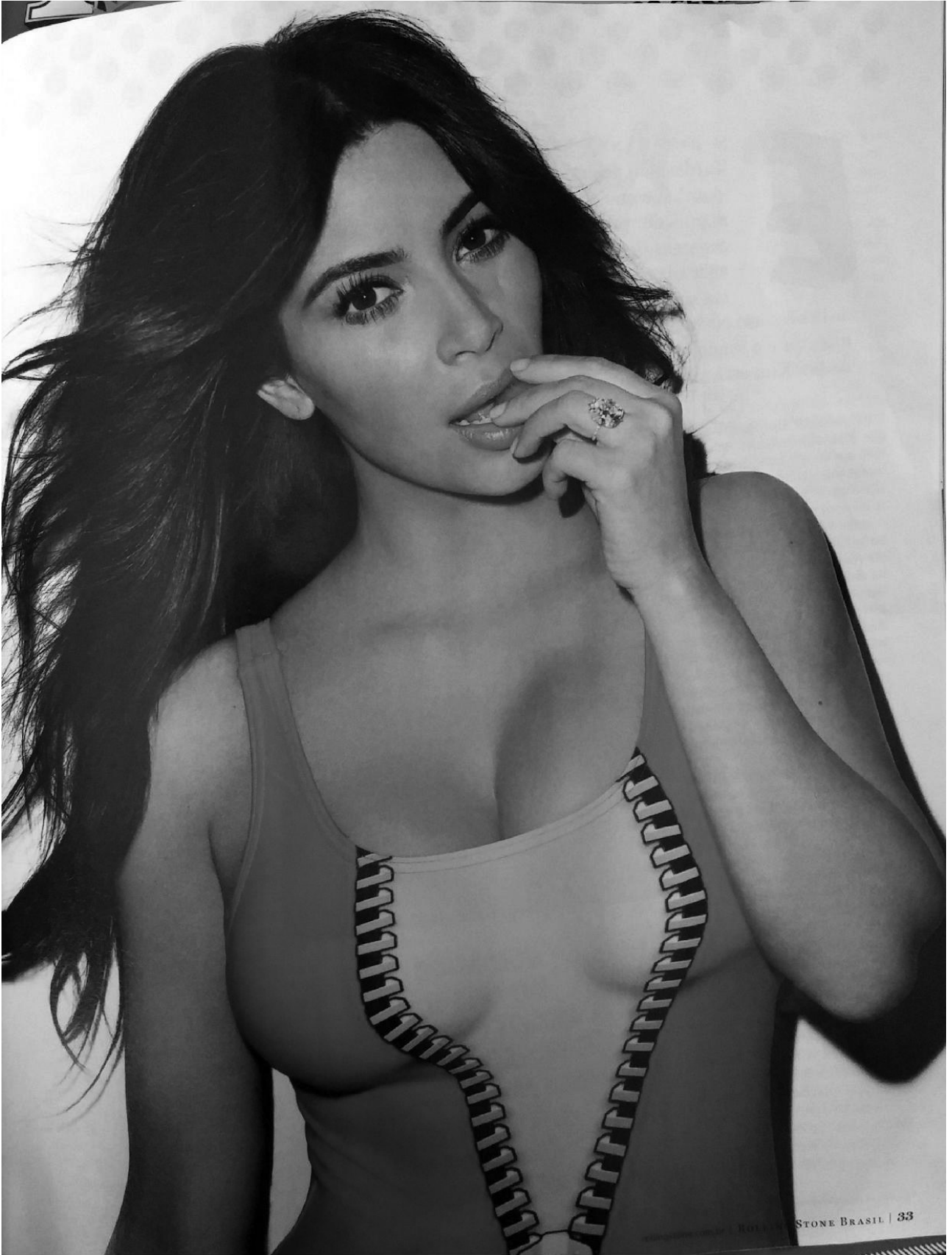
WOLFE, Tom. **Radical Chique e o Novo Jornalismo**. 2ª ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.



## ANEXOS

ANEXO 1 – Reportagem *Mulher de Verdade*, sobre Kim Kardashian, publicada na revista *Rolling Stone* brasileira (2015).

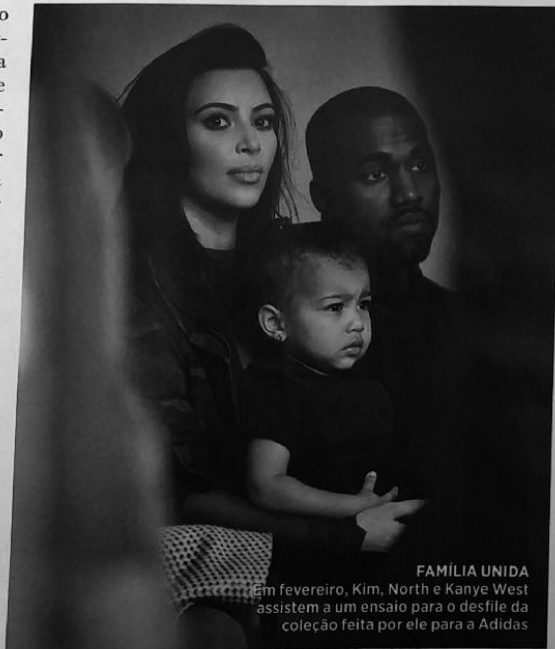




**E**M UMA MANHÃ FRIA E CINZENTA DE MAIO, EM LOS ANGELES, KIM Kardashian acorda às 6h da manhã e, uma hora depois, vai para sua “sala glam”. É como ela chama seu imenso provador, onde mesmo tão cedo um maquiador profissional e um cabeleireiro já estão a postos, esperando com centenas de pincéis, blushes e escovas. Ela relaxa na cadeira enquanto é aplicada camada sobre camada – ama a sensação de se maquiarem, de estar em sintonia com o delineador – e ao mesmo tempo fica de olho no monitor de bebês caso North, sua filha de 2 anos com Kanye West, acorde. West também tem um monitor e o mantém por perto para ajudar com a criança se a esposa estiver indisposta. Às 9h, Kim está a caminho de uma reunião em Santa Monica. Odeia se atrasar.

Parece fútil? Sim, mas foi isso que Kim Kardashian transformou em ouro, passando de uma linda (mas comum) garota de Los Angeles para um dos principais ícones pop e megamarcas do mundo. Ela está em todo lugar na mídia: de *Keeping Up with the Kardashians*, o reality show no canal E! que já está na décima temporada (e é transmitido em 160 países), a um jogo para celulares com 33 milhões de downloads. Sem falar nas revistas de moda, que aceitaram, a princípio relutantemente, que a filha mais bonita, perfeita e pontual desse extraordinariamente poderoso clã matriarcal é uma força a ser reconhecida.

Chegando à reunião, Kim, de 34 anos, senta-se elegantemente à mesa, dizendo: “Essa é minha equipe, que está montando nossa nova experiência de website – não sei se quero chamar de website, seria um desrespeito”. A Whalerock Industries desenvolve mídia online centrada em assinaturas. O portal tem transmissões da sala glam de Kim e chats em tempo real com fãs, com ela dando tutoriais sobre maquiagem e mostrando suas roupas preferidas. É um universo Kardashian construído digitalmente, sobre o resto do mundo real, que ela já fez se curvar à sua vontade. O narcisismo em si não é o negócio dela – mas sim o solipsismo, ou um modo de viver no qual o mundo fora de si não existe, materialmente. Essa é a chave



FAMÍLIA UNIDA  
Em fevereiro, Kim, North e Kanye West assistem a um ensaio para o desfile da coleção feita por ele para a Adidas

**“SOU MAIS DO QUE O REALITY SHOW E ACREDITO QUE SOU MUITO MAIS INTELIGENTE DO QUE ME RETRATAM”**

aqui. No passado, ela explicou da seguinte maneira: sua vida é “como existir no *Show de Truman*”.

Agora, Kim olha para uma série de “Kim-ojis” enviada por um designer gráfico. “Quis fazer emojis realmente divertidos e diferentes que você não vê no telefone”, afirma, para então perguntar ao grupo: “Esse designer é aprovado pelo Kanye?”

Segurando uma caneta, ela avalia uma longa lista de possíveis emojis, riscando os que não aprova. “Uma sunga não significa nada para mim, o mesmo serve para os brincos de globo espelhado”, diz. Faz uma pausa nos emojis das outras Kardashians, levantando a caneta antes de riscar novamente: “Não quero minha família nisso”, afirma. “Todos vão querer um pedaço.” Ela continua: “Mas amo o modelador de cintura e o lábio da Kylie. Um biquíni de pele é bonitinho e o vestido rosa também. Ah, uma barriga de grávida. Não acredito que não pensei nisso”.

**K**IM KARDASHIAN PODE não aparentar ser intelectual, mas é extremamente sagaz e tem uma alta inteligência emocional, o que são coisas muito mais valiosas nos tempos atuais. A Kim da TV e a da vida real são “basicamente iguais”, ela afirma, quando peço que defina a diferença. “Quando estou gravando, quando estou mais à vontade, na minha casa, com a minha família

- não dá para ficar mais confortável do que isso... mas sou muito mais do que aquilo e acredito que sou muito mais inteligente do que me retratam."

Quem poderia ter previsto que, em 2015, a família Kardashian seria a coisa mais interessante nos Estados Unidos? Às vezes parece que Kim Kardashian é capaz de hipnotizar toda uma nação. Ela é a filha de imigrante que se deu bem, a mais famosa armênia-americana do mundo. É uma pioneira inter-racial, uma mulher caucasiana casada com um rapper negro que amplia os limites da discussão sobre racismo não apenas na música, mas também exigindo uma entrada no clube da moda e do design, conhecido por ser predominantemente europeu. É, ao mesmo tempo, uma musa sexual que acende a criatividade do marido e uma mãe que trabalha. É impressionantemente feminina em uma era de instabilidade de papéis sexuais e de uma Miley Cyrus sem definição de gênero, além de ser enteada de Caitlyn (nascida Bruce) Jenner, a mulher transgênero mais famosa do mundo (no entanto, quando compartilho essas opiniões com Kim, ela diz: "Não olho para mim assim, mas acho que meu marido olharia").

Kim também é extraordinariamente humana - você não quer ouvir sobre como ela se maquia? - e mestre no que o crítico Jerry Saltz chamou de "o novo incomum", ou a arte que bagunça a fronteira entre humano e um robô fingindo ser humano.

O que mais a torna tão estranhamente atraente? Em um momento, começo dizendo a ela que acho que, em um país de famílias disfuncionais, o fato de que a dela consegue se comunicar também é impressionante, mas tudo o que consigo falar é "outro negócio que é atraente em você...", antes que Kim me interrompa, dizendo: "Certo, acho ótimo o programa ser uma inspiração. Comecei em um apartamento pequeno e agora estou nesta casa imensa". O fato de alguém não considerar a família Kardashian inspiradora simplesmente é algo que não passa pela cabeça de Kim. Ela não tem conflitos sobre seu objetivo da vida: é ser feliz e ganhar dinheiro, sendo que está fazendo ambos. E é uma boa pessoa - não há como passar um tempo com ela e não ir embora com essa impressão.

## SEGREDO DE FAMÍLIA

KIM KARDASHIAN FALA SOBRE A RELAÇÃO COM CAITLYN JENNER

Caitlyn Jenner - que nasceu como Bruce Jenner e recentemente fez a transição para o sexo feminino - acabou se transformando em mais uma mulher nascida no clã das Kardashians. Não dá pra dizer, porém, que a revelação de que era transgênero pegou Kim de surpresa. "Ouvei um boato quando tinha 11 ou 12 anos de que ele tinha sido flagrado vestido de mulher", ela revela. Então, uma década depois, viu o padrao com roupas femininas na garagem. "Fiquei tremendo. Não sabia se tinha acabado de descobrir o



segredo mais profundo dele e se ele viria atrás de mim. Peguei minha bolsa e corri para o carro." Jenner ligou para ela meia hora depois e disse: "Um dia conversaremos sobre isso. Até lá, não conte para ninguém". Falei: "Ok". Oito anos mais tarde, quando Kim tinha 30 anos, ele a chamou para terem "aquela conversa". Antes de se casarem, Kim contou a Kanye o que sabia sobre Jenner. "Não tinha certeza de que Bruce estaria à vontade em caminhar de corrimão até o altar. Ele havia acabado de raspar a traqueia, então eu sabia que algo estava acontecendo. Achei que o Kanye deveria saber que essa é a realidade sobre um dos avós da filha dele." Ela ficou com medo do que o rapper poderia pensar. "[Kanye] obviamente faz o que quer", afirma. "Ele vive do jeito que quer, tem uma vida realmente autêntica, e disse: 'Se você não pode ser autêntico e não pode viver sua vida, o que sobra para você?'". v.a.

**H**OJE, EM SANTA MONICA, NÃO HÁ seguidores no encalço de Kim Kardashian, nem os paparazzi. "Amo esses dias em que ninguém me segue", afirma, entrando em uma SUV preta rumo ao almoço no restaurante Hillstone. Conversar com ela pode ser divertido - quando nos conhecemos, passamos 20 minutos falando sobre como não somos fãs de cachorros e de que tipo de cão não gostamos. "Não sou nem um pouco o tipo de garota que leva o cachorro na bolsa", explica. Em outras vezes, porém, ela é como um político, respondendo às perguntas que quer ouvir e não às que foram feitas.

Em uma cabine de couro laranja nos fundos do restaurante, ela pede uma refeição de tamanho normal: alcachofra grelhada com molho remoulade, batata frita e hambúrguer vegetariano no prato. O peso dela é um assunto delicado; ela come metade do que é servido, com modos impecáveis à mesa.

Por um tempo, Kim fala sobre sua infância - como passou a infância com o pai, Robert, um homem disciplinador, e a mãe, Kris, uma californiana que conheceu Robert em uma pista de corrida usando uma roupa estilosa e um colar com os dizeres "oh shit" (oh merda). Ela conta que Kris era como uma deusa-mãe que gostava de se divertir e fazia de tudo para proteger seus deuses-bebês: Khloé, uma Atena esquentada, com um arsenal de piadas; Kourtney, uma Héstita carrancuda e caseira; Rob, um Apolo alegre; e Kim, uma estável e doce Afrodite. A família de

Robert Kardashian emigrou da Armênia para a Califórnia no início do século 20 e correu atrás do sonho americano ganhando uma fortuna na indústria de carnes. Robert saiu dos negócios da família e atingiu o sucesso, fundando a influente publicação da indústria musical *Radio & Records* e, depois, vendendo músicas e vídeos para que cinemas exibissem antes dos filmes.

"A música sempre foi uma parte imensa de nossa vida", conta Kim. "Na infância, íamos a shows como os de Michael Jackson todo final de semana. O meu primeiro foi do Earth, Wind & Fire. Era tão novinha - estávamos andando até nossos lugares, as luzes apagaram e fiquei apavorada." Ela descreve o empresário superastro Irving Azoff como sendo "próximo como um tio". Irving diz que a jovem Kim era "uma luz brilhante destinada para coisas grandes" e

K I M K A R A H A I D S I N

"sempre uma ótima executiva". "Era treinador do time de futebol dela e, uma vez, ela me disse: 'Não quero ser goleira, mas por US\$ 100 posso ser' e realmente me convenceu a dar o dinheiro."

Ela namorou TJ Jackson, sobrinho de Michael Jackson, por vários anos. "Meu pai me explicou que tinha muitos amigos nessa situação e que uma relação inter-racial podia não ser fácil. Ele me disse para me preparar, porque as pessoas fariam coisas... Na adolescência, pegava revistas, via casais inter-raciais e pensava: 'São tão lindos'. Sempre fui atraída por um certo visual." Sobre a família Jackson, diz: "Era a família mais gentil que conheci... Michael definitivamente nunca foi essa pessoa horrível [que dizem]."

Quando ela tinha 10 anos, seus pais se divorciaram e logo a mãe dela se casou com Bruce Jenner. As crianças dividiam o tempo entre as casas dos pais, mas Kim estava morando com Robert quando O.J. Simpson foi acusado de assassinato, em 1994. O pai dela foi amigo e advogado do ex-jogador, e Simpson se mudou por pouco tempo para a casa deles, dormindo no quarto de Khloe. "Foi surreal, com Johnnie Cochran e Robert Shapiro e todos aqueles advogados fazendo reuniões na casa do meu pai", conta. Kris era amiga de Nicole Brown Simpson e acreditava que O.J. era culpado, criando uma tensão enorme na família. "Definitivamente tomei o lado do meu pai", relembra Kim. "Sempre o achamos a pessoa mais inteligente do mundo e ele realmente acreditava no amigo." E no que ela acredita agora? "É esquisito. Tento não pensar nisso."

Kim não bebe nem usa drogas, exceto "cinco doses de vodca em Las Vegas a cada três anos", alega. Vendo um futuro como dona de boutique, fez aulas na faculdade local, mas não se formou, e sua rebelião contra a família, se houve alguma, foi ter se casado secretamente com o produtor musical Damon Thomas aos 20 anos. "Ela era uma adolescente e adolescentes fazem muitas loucuras", pondera Kris Jenner. Kim explica da seguinte forma: "Eu estava muito feliz, aprendendo a cozinhar, limpar e cuidar da casa. Sabia que queria terminar assim".

Em 2003, Robert Kardashian morreu repentinamente de câncer; o casamento de Kim acabou no ano seguinte. Logo, ela passou a andar com Paris Hilton e o gru-

po de "celebutantes". "Íamos a qualquer lugar só para sermos vistas", relembra de maneira franca. "Sabíamos exatamente aonde ir, onde ser vistas, como ter algo escrito sobre nós. Tudo o que tínhamos de fazer era ir a tal restaurante ou tal festa, falar sobre qualquer coisa, e apareceríamos nos jornais no dia seguinte." E quanto à fase em que algumas integrantes da panelinha, mais notavelmente Lindsay Lohan e Paris Hilton, foram flagradas por fotógrafos saindo do carro sem calcinha? "Raramente uso lingerie, mas isso nunca me aconteceu. Nunca bebia... Acho que isso me salvou de muitas situações."

Em 2007, ela ultrapassou Paris em termos de popularidade ao enfrentar um escândalo infame com uma fita em que aparecia fazendo sexo. Ouviu boatos em Los Angeles de que o vídeo que havia gravado com o ex-namorado Ray J, irmão caçula da cantora Brandy,

estava passando de mão e mão, mas nunca achou "que [os rumores] eram verdade". "Eu estava em uma viagem para Nova York, aterrissei e alguém me ligou - minha irmã talvez? Não tinha um Blackberry na época, acho que fui direto para a casa da minha mãe, ela ficou do meu lado o tempo inteiro. Ela não me ligou berrando nem chorando, simplesmente estava ali. Dizia: 'Não sei o que você quer que eu faça', e simplesmente passamos por isso." Como Kim conseguiu manter a sanidade? "Houve um período em que só fiquei em casa. A Khloe dizia: 'Nunca conheci alguém que voltou a morar com a mãe tantas vezes quanto você.'"

No almoço, enquanto ela termina de comer (dizendo "Tenho que tirar essa comida da minha frente"), faço a pergunta que ela precisa ouvir depois que Lena Dunham, uma feminista proeminente, posou, sem

## A ESCALADA DE KIM

NA ÚLTIMA DÉCADA, ELA FOI DE MELHOR AMIGA DE PARIS HILTON A ESTRELA DE REALITY SHOW E A DIVA MULTIRRACIAL. CASADA COM KANYE WEST E ESPERANDO O SEGUNDO FILHO DO CASAL, SEU IMPÉRIO AINDA DEVE AUMENTAR



A jovem Kim cresceu em Los Angeles, filha de Kris, uma norte-americana, e Robert, descendente de armênios

Ao lado de Paris Hilton, ela tomou gosto pela fama. "Nós íamos a qualquer lugar para sermos vistas", relembra



**"NÃO GOSTO DE IMPOR MINHAS OPINIÕES. SE SINTO ALGO, E COMO ME SINTO. NUNCA DIGO: 'VOCE DEVERIA SENTIR ISSO TAMBÉM'"**

ironia, com uma cópia de *Selfish*, o livro de selfies lançado por Kim: "Você é feminista?", disparo.

"Nunca fui muito fã de rótulos e não gosto de impor minhas opiniões", ela responde, dobrando o guardanapo. "Se sinto algo, é como me sinto. Nunca digo: 'Sinto isso, então você deve sentir também'. Não que haja algo de errado com isso, mas sou quem sou." Sorri. "Acho que sim. Acho que posso ser chamada de feminista."

Kim não estudou extensamente o conhecimento que é oferecido nas escolas - atrai dinheiro

e poder pela força da intuição. No reality *Keeping Up...*, Kim e as irmãs têm uma linguagem própria sobre questões mais complexas do que salas glam: elas não sabem as coisas, mas as sentem; não querem algo, merecem. Ao mesmo tempo que defenderam um produto para afinar a cintura, muito semelhante a um corpete vitoriano, também exibem uma atitude com relação ao corpo que só pode ser chamada de revolucionária. Há muito tempo as mulheres pedem uma representação justa da vagina na mídia, para que ela não apenas seja objeto sexual mas também sangue, tenha cheiro e faça nascer bebês, e no programa a vagina das Kardashian faz tudo isso e mais, o que é muito diferente das outras da cultura pop.

E, se você duvida da influência delas, pense no que diz Kris: "Entre nós, temos 300 milhões de seguidores nas mídias sociais". Eis

mente em negação, mudando rapidamente de assunto. Então, digo: "Daqui a 20 anos, você quer ser lembrada como símbolo sexual, mulher de negócios ou o quê?" Kim responde: "As duas coisas. Acho que dá para ser ambas. Você pode ter tudo".

Começamos a falar sobre Kanye. Ela é a musa dele ou ele é o consorte dela? "Acho que definitivamente somos opostos. Eu o acalmo e ele me estimula", descreve. Quando estão em casa, ele fica falando e reclamando enquanto ela secretamente reza para que cale a boca? "Não", diz, endurecendo um pouco. "Em casa, Kanye ama ver filmes. Assiste a qualquer coisa em animação com a North."

O que mais se deveria saber sobre Kim Kardashian? Ela é prolífica em enviar cartões de agradecimento escritos à mão e espectadora devota do *Dateline* e de programas forenses na TV. Não é alérgica a

de garota mimada, mas assumo: é o melhor se você tem filhos, em termos de espaço".

**E**STAMOS DE VOLTA À SUV, QUE COMEÇA a entrar no setor de carga de uma loja de móveis, onde Kim encontrará Kris e Kylie para filmar uma parte do reality familiar. Se o programa fosse uma mentira completa, nunca funcionaria, mas também dá para imaginar que não seja completamente real. "Ah, bom, o painel de iluminação está aqui", diz Kim, espiando um membro da equipe cujo trabalho exclusivo é segurar um painel especial para que a família pareça perfeita o tempo todo.

A história hoje é que Kylie precisa mobiliar a casa nova. Kim fica apenas 20 minutos e sai para ver a filha na mansão da família - North estava um pouco doente ontem e ela preparou mamadeiras especiais de chá



Kourtney e Kim (ao centro) com outras representantes da família Kardashian. O reality show estrelado pelo clã está na décima temporada



Em recente versão loira, ao lado da mãe, Kris Jenner. Quando sua famigerada sextape vazou, a matriarca permaneceu dando apoio à filha



"Culturalmente, aprendi muito", diz Kim sobre a convivência com o marido, o rapper Kanye West. Os dois estrelaram juntos o clipe de "Bound 2"

como Kim descreve algumas de suas selfies: "Faço fotos nua, e não quero dizer toda garota, mas todas as minhas amigas me mandam selfies sexy de si mesmas", conta. "Coisas do tipo: 'Ai, meu Deus, estou malhando há duas semanas - olha como estou em boa forma'. As meninas enviam isso umas às outras. Não quero dizer que seja normal, mas estou acostumada com isso... E acho que faz parte do fenômeno das selfies." Então, não se trata da admiração masculina? "Acho que não", diz, sem aparentar certeza. "Você não mandaria a foto se não gostasse dela."

Em seguida, pergunto: "Quando você olha para fotos sexy suas, é sexualmente excitante?" Ela balança a cabeça firme-

nada e normalmente não toma café, porque não gosta do sabor. Não come nada com mostarda - ou sardinhas, escargot, "nada assim. Kanye consegue ser mais gourmet". Está aprendendo a tocar piano - é difícil? "Ahn, você precisa dedicar um tempo a isso." Gosta de carros: "Carros não significam nada para o Kanye - ele não compra um novo há sete anos. Tenho uma relação pessoal com os meus. Amo, amo, amo um Rolls-Royce. Sei que isso pode parecer coisa

com mel. Kanye está no estúdio de gravação caseiro e pergunta se ela passaria ali, já que não se viram muito no dia anterior. "Ele ama quando todos os rapazes estão lá e conversam sobre as coisas, eventos da cultura pop", conta. "Eles têm essas sessões de reflexão em que todo mundo se senta e fala e fica junto, conversando sobre teorias e muitas coisas diferentes. Culturalmente, aprendi muita coisa." Kim dormirá cedo e no dia seguinte fará tudo de novo - a maquiagem, os tuites, a filmagem, tudo que compõe sua vida pessoal e profissional, seu eu digital e humano, o falso e o verdadeiro, irreal e real, tão entrelaçados e uniformes. Nós ainda não estamos cansados de assistir. ●

DIVULGAÇÃO: AP PHOTO/JACKIE BRONN; EVAN AGOSTINI/INVISION/AP

[www.rollingstone.com.br](http://www.rollingstone.com.br)  
Conheça 20 momentos curiosos de Kim na cultura Pop.

ANEXO 2 – Reportagem *Vida nos Ares*, sobre Ben Schlappig, publicada na revista *Rolling Stone* brasileira (2015).







## Vida nos Ares

**O** PROCEDIMENTO DE EMBARQUE mal começou no Aeroporto O'Hare, em Chicago, e Ben Schlappig já está tomando conta da cabine de primeira classe. Dentro de um voo da Cathay Pacific rumo a Hong Kong, ele entrega chocolates caros a um pequeno exame risonho de comissárias de bordo. As seis suítes neste playground revestido de couro com mogno falso e flores frescas formam o santuário interno dos voos comerciais que poucas pessoas testemunham. Estão praticamente vazias agora, exceto por dois homens de 20 e poucos anos que parecem ainda mais tontos que as comissárias. Ambos se levantam para cumprimentá-lo. "Isto é tão legal!", um deles exclama, e logo Schlappig pede champanhe para todos.

Esse tipo de coisa acontece com ele praticamente aonde quer que vá. Neste voo, seus fãs verão a mais recente missão de Schlappig: uma viagem de final de semana que o levará para o leste asiático - Hong Kong, Jacarta, Tóquio - e de volta a Nova York em 69 horas. Ele raramente sairá dos aeroportos e, quando sair, só dormirá em hotéis de luxo. Na classe executiva, alguns rostos rechonchudos olham feio para as crescentes risadas e para o champanhe derramado - "mais um riquinho mimado, vivendo às custas dos pais", julgam. Só que Schlappig tem um emprego - e é justamente este.

Aos 25 anos, ele é um dos maiores astros de um grupo de elite de viajantes obsessivos cuja meta é enganar as companhias aéreas. São competidores com um objetivo peculiar: voar de graça, o máximo possível, sem ser flagrados. Nos últimos 20 anos, a internet reuniu esse grupo formado por membros que acumulam diferentes habilidades: o talento digital de um escritor de códigos, o amor de um advogado pelos limites tênues da lei e uma paixão pela burocracia das companhias aéreas. É uma colmeia de gênios de TI, especialistas em estatísticas, nerds de aviação e todo tipo de pessoa que não foi ao baile de formatura.

Schlappig deve sua pequena fatia de fama ao blog *One Mile at a Time*. Postando até seis vezes por dia, ele dá conselhos meticulosos sobre a arte de explorar viagens - conhecida nesse mundo como Hobby. Não são simplesmente as dicas que atraem seus

fãs, mas sim a emoção secundária da vida luxuosa de Schlappig - por exemplo, um voo recente com chuveiro particular e serviço de mordomo ou quando ele percorreu a pista do aeroporto em um Porsche. Só que seus fãs não são apenas leitores de viagens - são jogadores, e Schlappig está ensinando a eles como vencer.

"Sou muito sortudo por fazer o que amo", ele diz, se espreguiçando em uma poltrona ergonômica enquanto atingimos 30 mil pés de altitude. No último ano, desde que saiu do apartamento que dividia com o ex-namorado em Seattle, ele voou mais de 640 mil quilômetros, o suficiente para dar 16 voltas ao mundo. Há 43 semanas ele não dorme em uma cama que não seja de hotel e passa uma média de seis horas por dia nos céus. Tem um itinerário livre, frequentemente planejando o próximo destino ao chegar ao aeroporto. Ainda assim, mesmo com tantas viagens, seria um erro chamar Schlappig de nômade. Ele está em casa assim que sente o cheiro do ambiente sem ar de uma cabine pressurizada.

"Um avião é meu quarto", ele afirma, esticando-se para pegar os chinelos de cortesia. "É meu escritório e minha sala de jogos." O privilégio de deitar nesta suíte pessoal custa cerca de US\$ 15 mil. Schlappig tipicamente faz esta viagem quando está entediado no final de semana. Paga por ela como paga por tudo: com uma parte de suas muitas milhas de programas de fidelidade, que crescem a cada dia.

**S**CHLAPPIG NÃO FOI EXATAMENTE apresentado à sua fixação, mas sim criado por ela. Nasceu em Nova York, era obcecado por aviões na infância, recitando sem parar modelos de aeronaves. "Benjamin sempre foi diferente dos meus outros dois filhos", conta a mãe, Barbara. "Os professores me diziam: 'Ele está à frente de tudo'. Estava entediado."

Aos 13 anos, o garoto descobriu o website FlyerTalk, um imenso fórum livre a respeito de tudo sobre companhias aéreas, no qual usuários se encontram para traçar estratégias de ofertas e testar falhas na burocracia das empresas. Ali, Schlappig encontrou uma comunidade global que jogava um jogo imensamente complexo montado sobre três pilares básicos.

Um dos passos fundamentais que um hobbysta precisa dar é escolher uma companhia aérea para competir pelo status máximo de fidelidade - Schlappig escolheu a United. Nada foi gratuito logo de cara - o objetivo do jogo era um retorno sobre o investimento. Um hobbysta só gasta quando pode conseguir um valor igual ou superior em retorno. Schlappig demorou um ano para dominar as dezenas de técnicas complicadas, explorando erros em algoritmos de bilhetes e aprendendo os detalhes dos programas de milhagem. A segunda parte do jogo é o cartão de crédito - coletar e cancelar o máximo possível de cartões e usar uma série de truques para acumular os pontos que parcerias entre bancos e companhias aéreas dariam. Enquanto se aprofundava, Schlappig ficou sabendo de um terceiro nível, uma prática chamada de "Manufacture Spend" (algo como "fabricar gasto"). Cartões afiliados a companhias aéreas dão pontos para cada dólar gasto, então, ao longo das décadas, hobbystas manipularam o sistema fazendo compras nos cartões sem essencialmente gastar nada. Em sua forma mais simples, isso inclui comprar moedas de dólar da Casa da Moeda norte-americana com um cartão de crédito e usá-las imediatamente para pagar o encargo.

Excepcionalmente inteligente e igualmente motivado, Schlappig viu uma forma de convencer os pais a apoiá-lo no Hobby: mostrar a eles como poderiam visitar a família na Alemanha pagando menos na primeira classe do que na econômica. A partir dali, acabaram satisfazendo totalmente a obsessão do filho. Quando ele tinha 15 anos, o levavam ao aeroporto aos sábados e buscavam aos domingos. "Era um passatempo interessante", diz o pai, Arno, enquanto cigarras cantam fora do apartamento em St. Petersburg, Flórida, que o filho comprou



**SEMPRE ALTO**  
 "O avião é meu quarto, meu escritório e minha sala de jogos", afirma o norte-americano

## O passatempo de Schlappig é manipular os sistemas de milhagem de companhias aéreas e voar o máximo possível, na primeira classe – e de graça

para eles depois que o blog decolou. "Falei: 'Ei! Pode continuar! É melhor do que fumar maconha.'"

Apesar de seu alto QI, Schlappig era um aluno apático. Frequentava uma escola católica só para meninos, onde lutou para se adaptar. "Quando ele terminava a lição de casa, voltava para o quarto e entrava no FlyerTalk", lembra Arno.

Hobbystas dizem que leva anos para dominar o jogo, mas, aos 16 anos, o rapaz se tornou o primeiro membro conhecido a sobrevoar o Oceano Pacífico seis vezes em uma viagem – Chicago, Osaka, São Francisco, Seul e de volta –, em julho de 2006.

Quando fez 17 anos, havia completado 1 milhão de milhas.

"Fiquei com medo no começo", conta Barbara. "Que mãe deixa seu filho viajar pelo país inteiro naquela idade, certo?" Generais da Força Aérea dos Estados Unidos fizeram a mesma pergunta uma vez, quando escoltaram Schlappig para fora de um avião depois de verem seu estranho itinerário, exigindo falar com os pais dele. "Acho que o motivo para o deixarem voar e seguir sua paixão quando era novo foi porque um filho já havia partido cedo demais", diz um amigo próximo da família.

Ben tinha 3 anos quando seu irmão mais

velho, Marc, morreu em um terrível acidente pouco depois de completar 14 anos. Estava andando em um jet ski que os pais tinham alugado quando um piloto bêbado o atingiu com um barco. A família ficou devastada e, para o pequeno Ben, a perda foi particularmente difícil. O pai, que trabalhava para um banco, só ficava em casa aos finais de semana. "Marc tinha sido como um pai para o Ben", afirma Barbara. "Ele era tudo."

A família acabou se mudando para Tampa, onde Ben fez o ensino básico e descobriu sua obsessão. "Sabe, em retrospecto, eles foram loucos por me deixar voar", diz Ben. "A abordagem da minha mãe foi: 'A vida é curta demais para não fazer o que se ama.'"

No outono de 2007, Schlappig entrou para a única faculdade em que se inscreveu, a Universidade da Flórida, sem ao menos visitar o campus. Ficou entediado quase instantaneamente, preenchendo o vazio com viagens e com o FlyerTalk. Em fevereiro, ele lançou o *One Mile at a Time* e começou a palestrar em eventos patrocinados por companhias aéreas, ocasiões extravagantes em que funcionários e associados dos programas de milhagem podiam se encontrar. Foi em um desses eventos, no Aeroporto Internacional

## Vida nos Ares

de São Francisco, em 2009, que Schlappig, aos 19 anos, conheceu Alex Pourazari, outro adolescente que havia se tornado membro de sua rapidamente crescente base de fãs. “Eu o admirava muito – era tão embarraçoso”, lembra Pourazari. “Ainda tenho o e-mail adorador que enviei, me faz rir. Eu o leio às vezes só para me lembrar do quão longe conseguimos chegar.” Os dois logo se tornaram melhores amigos, tramando rotas de voo ainda mais impressionantes para se desafiarem. Juntos, acumularam centenas de horas no ar, raramente saindo dos aeroportos. Esta prática – chamada de corrida de milhagem, ou viajar incessantemente em voos com descontos tremendos para acumular milhas no programa de fidelidade – é uma base do Hobby, como o dribble é para o basquete. Schlappig e Pourazari fizeram sua primeira corrida de milhagem no Dia dos Namorados de 2010. Em uma tacada,

United oferecia aos passageiros cupons com valores entre US\$ 200 e US\$ 400. Cada vez que embarcava em um avião, ele procurava algo quebrado – um fone de ouvido ou uma lâmpada – e acumulava os cupons. “Quando um sistema pode ser facilmente explorado, é tentador levá-lo ao limite, simplesmente por levar”, afirma Schlappig. “Especialmente quando também está em jogo a confiança arrogante que só um adolescente pode ter.”

Durante seu último ano na faculdade, ele se gabou descuidadamente a um repórter do *The New York Times*, revelando que havia acumulado mais de US\$ 10 mil em vouchers. Schlappig conta que, algumas semanas depois, em abril de 2011, recebeu uma carta certificada da United, informando animadamente que, como havia se aproveitado do sistema, sua conta no programa de milhagens estava permanentemente suspensa. Ele estava proibido de voar,

o Hobby em uma carreira. Naquele verão, com Pourazari a bordo, ele criou a PointsPros, uma consultoria que ajuda clientes a construir itinerários com milhas dos programas de fidelidade.

Com suas regras impenetravelmente complexas, as companhias aéreas tinham criado um mercado de viajantes incrivelmente confusos e a PointsPros imediatamente se viu em demanda. Depois de um ano lidando com uma carga de trabalho acachapante e uma relação de longa distância, Schlappig decidiu ir morar com Pourazari no bairro de Bellevue, em Seattle. Um ano depois, a relação terminou e Schlappig viu que pouca coisa o prendia ao

“Estou nessa há dez anos. Dizem que um dia vai acabar, mas sempre encontramos novas oportunidades. Estamos um passo à frente das empresas”

passaram por sete aeroportos, partindo de Tampa a caminho do Havaí e voltando direito sem nem respirar o ar do estacionamento.

Durante o ano e meio seguinte, enquanto a amizade virou namoro, eles continuaram aperfeiçoando suas técnicas; uma das preferidas era chamada de troca de voos. Na época, companhias aéreas frequentemente vendiam mais assentos do que tinham para os voos e os passageiros que voluntariamente cediam lugar viajavam de graça na aeronave seguinte, além de receberem um voucher de US\$ 400. Voos com overbooking supostamente são ocorrências ao acaso, mas, usando um software popularizado no Hobby por comparar dados obscuros da Federal Aviation Administration [*agência federal de aviação dos Estados Unidos*], Schlappig e Pourazari se tornaram mestres em prever quando os voos iriam ficar superlotados. Era dinheiro de graça.

Não demorou para Schlappig dar mais um passo, começando a estudar as regras dos chamados “vouchers de desculpas”. Como um gesto conciliatório por qualquer coisa quebrada em um determinado voo, a

segundo a carta, a não ser que pagasse à companhia US\$ 4.755 – a quantia que a empresa alegava ser relativa a perdas por causa das técnicas de Schlappig.

“Como você define ‘se aproveitar’?”, ele questiona, devolvendo uma toalha de mão a uma comissária atenciosa enquanto voamos sobre o mar do sul da China. “Fiquei muito irritado por causa das falhas que encontrei, a ponto de ganhar US\$ 200 cada vez que meu áudio não funcionava? Não, mas são eles que criam o sistema” (executivos da United não comentam oficialmente o caso de Schlappig, apenas declaram: “Não tomamos providências para limitar o envolvimento de associados com o programa a não ser que notemos atos de fraude ou outras violações sérias”). Schlappig propôs várias vezes enviar um cheque à United, mas não teve resposta.

Semanas depois de receber sua carta de banimento da companhia, ele se formou em marketing. Ficou em Tampa, ainda namorando Pourazari à distância e, depois de fazer algumas entrevistas corporativas, decidiu se arriscar e transformar

chão. “Naquele momento, pensei: ‘Que se dane’”, lembra. “Decidi fazer isto em tempo integral.” Em abril de 2014, no final do contrato de aluguel do apartamento, ele entrou no Aeroporto Internacional de Tacoma, em Seattle. E não pousou mais.

SEGUNDO AMIGOS, ALÉM DE TER se tornado um dos maiores astros do Hobby, Schlappig se tornou também um milionário. Sua renda vem de três fontes: anúncios baseados em impressão no blog, a consultoria PointsPros e “marketing afiliado”, o que significa receber uma comissão de administradoras de cartão de crédito cada vez que a assinatura de um novo cartão é originada do blog. Ele admite que o marketing afiliado lhe dá um interesse em particular nas mesmas companhias com as quais muitos hobbystas jogam. Um hobbysta médio tem pelo menos uma dezena de cartões de crédito – muitos têm mais de 40.

Acumular uma grande quantidade de cartões de crédito é essencial para o Manu-



facture Spend. Nenhum tópico de discussão gera olhares mais preocupados ou bocas emudecidas - um código de silêncio é crucial na cultura do Hobby. A técnica revela uma verdade fundamental, mas subestimada, sobre as milhas de programas de fidelidade: elas se tornaram, em essência, uma moeda. Em 2012, um relatório do Banco Central europeu classificou as milhas de companhias aéreas na mesma categoria do bitcoin, citando um cálculo de 2005 da revista *The Economist* que estimou o valor global de milhas de programas de fidelidade em mais de US\$ 700 bilhões. No entanto, se milhas são moedas, companhias aéreas são como Bancos Centrais, que podem mudar constantemente as regras, desvalorizar os pontos e fechar contas como quiserem. Em 2009, um viajante com cartão de fidelidade processou a Northwest Airlines por fechar sua conta, insistindo que nunca violou as regras do programa. O caso foi até a Suprema Corte, que ficou do lado da Northwest. Essencialmente, as companhias, não os clientes, são donas das milhas e o espectro de condições delas para encerrar uma conta é vasto.

Schlappig me dá essa aula de economia enquanto espera no spa do lounge Clubhouse para primeira classe da Virgin Atlantic no Aeroporto JFK, em Nova York. Ele conversa durante uma massagem de cortesia, se esticando ocasionalmente para dar um gole em um copo com gim e licor de amora; conhece quase todos os funcionários daqui pelo nome e programa suas viagens para fazer uma parada no local a cada duas ou três semanas.



### INTERESSE DE BERÇO

A obsessão por aviões surgiu nos primeiros anos de vida, mas se intensificou após a morte do irmão mais velho (com quem ele aparece na foto)

As comissárias de bordo, que estão entre suas fãs mais fervorosas, o tratam igualmente bem. Em um recente voo internacional, uma comissária o levou para uma fileira vazia, oferecendo o que ele delicadamente chama de "trabalho manual" surpreendente e indesejado ("Foi um desastre", conta Schlappig. "Tentei sair, mas foi inútil").

## JOGO SUJO

CONSULTOR DIZ QUE HOBBYSTAS E COMPANHIAS AÉREAS COMETEM INFRAÇÕES

Embora a prática continue sendo realizada, muitos no Hobby acham que os dias de voar gratuitamente estão contados. Paranoia é a língua comum de todos os hobbystas, e esse é um momento oportuno para ser pessimista. Em 2015, Delta e United mudaram o sistema de recompensa: as milhas agora são concedidas pelo total de dólares gastos, basicamente acabando com a prática de corrida de

milhagem. Schlappig não parece preocupado. "Estou nesta há dez anos", diz. "E não houve um único ano em que não ouvi em algum momento: 'Isso está chegando ao fim'. Sempre encontramos novas oportunidades. Estamos um passo à frente das companhias." Schlappig admite que atua no limite das regras, mas insiste que toma cuidado para não violar nenhuma lei. "Essas pessoas têm a

capacidade de causar prejuízos financeiros sérios", afirma Henry Harteveldt, um analista do setor e ex-gerente de programa de fidelidade de companhias aéreas. Ele está há décadas estudando o Hobby e as companhias aéreas - uma guerra de atrito, diz, entre duas tribos igualmente obsessivas. "Nenhuma mão está limpa nesta briga", acrescenta. "Os jogadores têm sujeira nas mãos e as companhias aéreas também." B.W.

JÁ PASSOU DA MEIA-NOITE no centro de Hong Kong, e depois de atravessar o Pacífico em um voo de 16 horas, um Schlappig com olheiras e cabelo bagunçado parece estar saindo da escola depois de mais um dia de aula. Bebeu quantidades iguais de champanhe e café e está novamente em sua cidade preferida.

"Não associo nada fisicamente com estar em casa, mas este lugar é o que chega mais perto", diz. Logo fará um ano que saiu do apartamento de Seattle. Ele pensa no assunto tomando uma taça de vinho branco em algum lugar sobre o Oceano Índico, mas pela primeira vez deixa entrever uma ponta de tristeza em seu sorriso. "É isolador", admite. "Há vezes em que são 3h da manhã em Cantão, na China, e você pensa: 'Ah, eu poderia estar em Los Angeles me divertindo com amigos.'"

Ou poderia estar em qualquer lugar: cada foto de seus relatos de viagem é totalmente isenta de companhia humana - lounges vazios, menus de primeira classe, marcos inanimados de uma existência cinco estrelas.

Em nosso voo seguinte, Schlappig tenta ficar motivado com a seleção de champagnes, falando sobre as melhores harmonizações de refeições com uma garrafa de Krug de US\$ 200.

"Faço o que amo", sussurra, talvez mais para si mesmo. "Você precisa entender: esta sempre foi minha paixão." Suas palavras diminuem de volume e ele fecha os olhos.

Depois de esvaziar as garrafas de champanhe, ele terá a vontade repentina de voltar a Nova Délhi. Ali, enfiado em um canto do Aeroporto Internacional Indira Gandhi, estudará o saguão de desembarque. "Você vê uma família inteira, 20 pessoas, indo buscar alguém no aeroporto", conta. "Pessoas com placas, com bexigas, com flores. Há algo bonito nisso." Ele observa por algumas horas, pensando nas histórias por trás dos reencontros e das risadas altas que vêm com cada novo voo. Só que ainda não consegue decidir se o que acabou de ver é uma visão de seu passado ou do futuro.

"O mundo é tão grande que posso continuar correndo. Mas isso te faz perceber que, ao mesmo tempo, o mundo é muito pequeno", diz Schlappig. Depois de uma longa pausa, continua: "Quero o que não posso ter. Não há nada de gratificante nisso. É louco e fodido. Mas ainda gostaria de pensar que sou uma pessoa razoavelmente feliz". Ele sorri. "Apesar de tudo." ©

**ANEXO 3** – Reportagem *Força Negra*, sobre Emicida, publicada na revista *Rolling Stone* brasileira (2015).



# FORÇA NEGRA

---

Usando o microfone e o tino para  
os negócios, Emicida vem da  
periferia para combater o racismo,  
do underground ao mainstream

---

Por Peú Araújo  
Fotos Rui Mendes

## EMICIDA

“**J**ORGE SENTOU PRAÇA NA CAVALARIA/ E EU ESTOU FELIZ PORQUE EU também sou da sua companhia...” ✖ A canção de Jorge Ben Jor ecoa no primeiro camarim do 4º subsolo do Sesc Pinheiros, em São Paulo. É a segunda noite de lançamento do disco *Sobre Crianças, Quadrads, Pesadelos e Lições de Casa*, o segundo álbum cheio de Emicida. O rapper está rodeado por mulheres – as mulheres de sua vida: a mãe, as duas irmãs, as três sobrinhas, a filha, Estela, e a namorada, a apresentadora de TV Marina Santa Helena. Na sala ao lado a banda se concentra, e nem de longe essa cena se parece com os costumeiros camarins esfumaçados dos shows de rap.

Uma playlist alto-astrol de música baiana embala a equipe minutos antes da apresentação. “Madagascar Olodum” (Reflexu’s), “Pipoca” (Araketu), “Milla” (Netinho), “O Canto da Cidade” (Daniela Mercury) e “Azul” (Gal Costa) estão a todo volume. Mas toca o sinal. As luzes do palco se apagam, a equipe se prepara. Tudo no lugar. Emicida se senta em um banco alto no centro do palco. Imóvel, estático até o primeiro verso de “8”. “Tipo Central do Brasil, eu vou sozinho”, ele canta.

Leandro Roque de Oliveira é a maior referência do rap para a sua geração. Aos 30 anos, fincou de vez os pés entre os grandes nomes da música brasileira com duas mix-

reira consistente. Temos aqui uma história de superação que ficaria bem até nos cinemas. É bom olhar para o menino negro, pobre e sem perspectiva que contrariou muita gente para estar onde está, mas sem dúvida é mais confortável narrar os passos do que vivê-los.

O tempo da Batalha do Santa Cruz, tradicional encontro de MCs da zona sul de São Paulo, já passou. A correria para não perder o ônibus depois de umas rimas do grupo Central Acústica, na Galeria Olido, também já não é mais uma questão. Os inimigos da rua que duvidavam do talento dele estão lá atrás, no retrovisor, assim como os tempos de perrengues financeiros. Emicida é hoje

que sabe a lenda de Oxóssi, tá ligado? Oxóssi era o arqueiro de uma flecha só. Ele não podia errar. Eu não posso ficar brincando quando 15 pessoas dependem diretamente disso aqui e sei lá quantos milhões de pessoas sonham com esse bagulho.”

**D**OIS MARMITEX PEQUENOS recém-chegados repousam recheados com uma porção de escondidinho de carne-seca e outra de arroz. Evandro Fióti, de 26 anos, empresário e único sócio de Emicida no Laboratório Fantasma, pega prato e talheres e se senta em uma ampla mesa branca na cozinha do escritório. Ele desembrulha

“Hoje fica esse debate se você é capitalista ou se é comunista. Eu sou preto. Sou um cara que sabe a lenda de Oxóssi, tá ligado? Oxóssi era o arqueiro de uma flecha só. Ele não podia errar”

tapes, dois EPs, dois discos e mais de 30 participações ao lado de artistas do rap, do samba e do pop. Ganhou visibilidade com os improvisos nos duelos de freestyle e com o primeiro trabalho, intitulado *Pra Quem Já Mordeu um Cachorro por Comida, até Que Eu Cheguei Longe...* (2009). “Eu olho pra primeira mixtape e sinto fome. Eu gosto dela, mas, mano, me vem a mesma situação. Eu tava cansado, com fome e ela é o retrato disso”, ele lembra sobre os dias em que compôs as faixas, quando a vida dele e da família não era fácil na periferia da zona norte paulistana. Músicas como “Triunfo” e “E.M.I.C.I.D.A (Adooro)” abriram espaço para uma car-

um dos homens de maior destaque na música feita no país, eleito pela *Revista Forbes Brasil*, em 2014, um dos 30 nomes mais influentes abaixo dos 30 anos ao lado de Neymar, Anitta e Isis Valverde.

O Laboratório Fantasma, misto de escritório de comunicação, gravadora e selo criado por ele e pelo irmão, Evandro Fióti, é exemplo de administração, empreendedorismo e organização. Na folha de pagamento, além de dezenas de colaboradores, estão 15 funcionários fixos. E esse é só um pedaço do império que Emicida está construindo. “Hoje fica esse debate se você é capitalista ou se é comunista. Eu sou preto, tio”, ele diz, enfático. “Eu sou um cara

as marmitas, coloca metade da mistura e um punhado de arroz no prato, como se previsse a fome do irmão. Emicida entra no ambiente perguntando se ainda tem comida. Já passa das 17h e nenhum dos dois almoçou. De pé, o MC come andando pra lá e pra cá. Some por poucos minutos, volta e sai apressado novamente. Entrevista por telefone e ainda mais uma entrevista em vídeo preenchem a agenda que está praticamente tomada pelos ensaios que antecedem os primeiros shows do novo disco.

A história para chegar até esse ponto incluiu muitos percalços, mas também conquistas. Em 2011 ele integrou o line-up do festival Coachella, na Califórnia, e se apresentou em



um importante circuito de eventos no Brasil, como Rock in Rio, SWU, Planeta Atlântida e Back2Black. No passaporte, carrega carimbos dos Estados Unidos, Colômbia, Argentina, Alemanha, Suíça, Dinamarca, França, Portugal, Inglaterra, Madagascar, África do Sul, Cabo Verde e Angola. Já dividiu o microfone com Mano Brown, Edi Rock e MV Bill, mas foi além do rap e flertou com outros universos em parcerias com Pitty, Tulipa Ruiz, Péricles, Skank, NX Zero, Lenine, Fresno e Mart'nália, entre outros.

"O novo disco do Emicida é realmente

### Entre os Seus

(À esq.) Criolo e Emicida, por volta de 2006. (À dir.) Com a família: o irmão e parceiro nos negócios, Fióti, e a mãe, dona Jacira, em 2011

um acontecimento na cena hip-hop brasileira e mesmo no panorama da música brasileira como um todo", avalia Caetano Veloso, que participa da faixa "Baiana", de *Sobre Crianças, Quadris, Pesadelos e Lições de Casa*. "O talento de improvisador de rimas e a força da imaginação dele já são conhecidos. Mas neste disco Emicida

alcança a realização de um trabalho coeso, das sílabas à produção no estúdio. Ouvindo o álbum pronto, fiquei orgulhoso de poder ter estado um pouco mais perto desse novo criador." Vanessa da Mata, que divide com o rapper a canção "Passarinhos", música que chegou com força às rádios comerciais, também despeja elogios ao MC. "Acho que Emicida tem doçura e postura, vontade e coragem, gosta de poesia e, ao mesmo tempo, dá uma pancada quando emite a voz de um silêncio tenebroso que se confunde com humildade, mas na verdade é opres-

## Caminho das Pedras

Desde a primeira mixtape. Emicida vem construindo uma obra concisa e bastante autoral



MIXTAPE

**Pra Quem Já Mordeu um Cachorro por Comida, até Que Eu Cheguei Longe...** (2009)  
25 músicas

Principais sons: "E.M.I.C.I.D.A." e "Triunfo"



EP

**Sua Mina Ouve Meu Rep Também...** (2010)  
6 músicas

Principais sons: "Vacilão", "Chega!"



MIXTAPE

**Emicídio** (2010)  
18 músicas

Principais sons: "Então Toma!", "Rua Augusta", "I Love Quebrada"



EP

**Doozicabraba e a Revolução Silenciosa** (2011)  
10 músicas

Principais sons: "Viva", "Zica, Vai Lá"



DVD

**Criolo e Emicida ao Vivo** (2013)  
18 músicas

Principais sons: "Dedo na Ferida", "Triunfo"



DISCO

**O Glorioso Retorno de Quem Nunca Esteve Aqui** (2013)  
14 músicas

Principais sons: "Zoião", "Crisântemo", "Bangl", "Gueto"



DISCO

**Sobre Crianças, Quadris, Pesadelos e Lições de Casa** (2015)  
14 músicas

Principais sons: "Boa Esperança", "Passarinhos", "Baiana" P.A.







**CATEGÓRICO**  
 "Tem duas formas de lidar com a vitória: ou você esconde ou ostenta. E nós já vivemos escondidos por muito tempo"

## Conexão África- -Brasil

Viagem ao continente inspirou novo disco do rapper

Sobre *Crianças, Quadris, Pesadelos e Lições de Casa*, segundo álbum cheio de Emicida, é o resultado de uma inspirada viagem de cerca de 15 dias por Luanda, em Angola, e por Praia, capital de Cabo Verde. As ideias floresceram também de um Réveillon na paradisíaca ilha de Madagascar, no sudoeste africano. O nome do álbum é a síntese do que mais marcou o MC durante esse período. A alegria das crianças dos locais visitados foi um dos fatores que chamaram a atenção de Emicida, que inclusive adicionou vozes infantis ao refrão de "Casa". O termo "quadris" veio da passagem por Cabo Verde. "Nós fomos ao terreiro dos órgãos e, quando chegamos lá, as mulheres estavam rebolando. Cantando e rebolando. Só que foi a primeira vez na minha vida que eu olhei pra umas minas rebolando e não achei sexista, não era o rebolado pra entreter um cara. Parecia uma oração, eu vi uma igreja ali." O "pesadelo" é a realidade em que vivem muitos africanos, principalmente em Luanda. "Quando olhei aquelas quebradas pobres pra caralho, desiguais, violentas, eu falei: 'Mano, meus parceiros vivem num pesadelo aqui'. Só que mesmo no meio desse pesadelo está cada um cuidando de sua família, cuidando de seus amigos, fazendo um mufete [prato de comemoração típico de Angola feito à base de peixe e comido comunitariamente]". A "lição de casa" é não só o disco mas o legado de amadurecimento pessoal que a viagem rendeu ao artista. Emicida é categórico ao avaliar a visita à Angola e Cabo Verde: "Eu voltei da África mais humano". P.A.



Emicida em passagem por Cabo Verde

## EMICIDA

ticamente falando, é muito importante que o meu chefe seja preto, que é o Fióti", ele diz, rindo. Sobre o irmão, vai além. "O Fióti é o meu anjo da guarda. Ele é o cara que chega aqui e me dá umas 'oreiadas' [brincas] e eu gosto. Além disso, ele tem uma visão de mercado foda e uma visão da nossa história. Ele sabe o quão importante é falarmos o que estamos falando para mais pessoas." Dona Jacira resume a parceria: "O Leandro é muito esculhambado e o Evandro é certo demais".

A esculhambação e a disciplina fazem com que o Laboratório Fantasma produza uma média de dez shows de Emicida e 12 de Rael (outro rapper do selo) por mês. Em 2014, Emicida fez 117 apresentações, tendo o faturamento engordado por parcerias e publicidade. O novo escritório, inaugurado há cerca de quatro meses, está na última fase da reforma e une todos os setores da empresa, inclusive o depósito, em um só lugar. De segunda a sexta todos os funcionários estão ali, inclusive o dono. "Ele não tem necessidade nenhuma de ir todo dia, ainda assim vai quase diariamente. Nem que seja pra dar um oi, falar com todo mundo, assinar um documento", conta RedNiggaz. Outro que integra a equipe é o fotógrafo Ênio Cesar, que viajou com Emicida por boa parte do Brasil e foi o cinegrafista na recente viagem do MC à África, patrocinada pela Natura e base para o novo disco. As imagens renderão um web documentário. Ele endossa o coro do lado workaholic do patrão. "Ele sempre foi trabalhador. O bicho quase não dorme. É muito focado, pensa em tudo. Quando você vai fazer um bagulho, ele já pensou naquilo que você estava pensando."

Emicida é cristalino como água ao descrever a missão de sua empresa. "O estereótipo do administrador é o cara branco, grisalho, de terno e gravata que não sabe o que é contar quantas laranjas tem e não carrega as caixas. Nós sabemos, então podemos dominar esses dois universos", descreve. Ele está de olho em tudo. "Tem duas formas de lidar com a vitória: ou você esconde ou você ostenta. E nós já vivemos escondidos por muito tempo. Acredito que hoje eu tenho propriedade, força artística e maturidade para mergulhar nesse universo gigante do mainstream."

**E**MICIDA TEM UM NOME MAIOR COMO referência nos negócios: KL Jay. "Pra mim, ele é o presidente. Ele estava nos selos 4P [Poder para o Povo Preto] e Raízes, e eu sempre lia os encartes e pensava: 'Mano, esse cara é foda. Tá fazendo música, mas também tá organizando o business'." O rapper lembra

que o primeiro som do Racionais MC's que ouviu na vida foi "Fim de Semana no Parque". "Quando eu mudei pro Cachoeira [periferia da zona norte paulistana], ali perto tinha o clube do Banco do Brasil, e a gente morava na quebrada de trás.

Feat.  
Emicida

Rap, funk, rock, pop: 15 canções de gêneros variados que tiveram o rapper como convidado

## "Porque Eu Rimo"

(com Kamau, Stefanie, Rincón Sapiência e Rashid)

## "Nova Ordem"

(com Projota e Rashid)

## "Retrato de um Playboy Parte 2"

(com Gabriel, o Pensador)

## "Bonjour"

(com Fêfê)

## "Até o Fim Sampa"

(com Projatonave)

## "Cava Cava"

(com Edi Rock e Don Pixote)

## "Oya"

(com Rael e Péries)

## "Presença"

(com Skank)

## "País do Futebol"

(com MC Guiné)

## "Só Rezo 0.2"

(com NX Zero)

## "Manifesto"

(com Fresno e Lenine)

## "Da Estação São Bento ao Metrô Santa Cruz"

(com Rappin Hood)

## "Canto da Vitória"

(com Slim Rimografia)

## "Estado de Alerta"

(com Potencial B e Z'África Brasil)

## "Mudernage"

(com Ellen Oléria)

P.A.

Só favela, barraquinho de madeira, feita com 'gato'. Eu ficava vendo aquele bagulho. [Cita o trecho da música do Racionais] 'Olha o pretinho vendo tudo do lado de fora.' Mano, aquilo era a minha vida. Eu sou o pretinho vendo tudo do lado de fora." A referência aparece na música "I Love Quebrada", da mixtape *Emicídio* (2010). Sobre o maior grupo de rap do Brasil, Leandro segue: "Uma vez, eu tava zoado, com o espírito no chão, e o Mano Brown me disse uma coisa foda: 'Como eu vou agradecer o [MC do Public Enemy] Chuck D pelo que ele fez por mim? Não tem como. Eu tava na favela de cabeça baixa esperando a morte'. Comigo é a mesma coisa. Como eu vou agradecer os Racionais pelo que eles fizeram por mim? Não tem como. Eu era zoado, era o lixo, era a escória, tava esperando a morte na favela com o urubu sentado no ombro. Então, se em algum momento eu inspirei outras pessoas a adotar uma postura que melhorou a forma como elas lidam com a arte delas, seja lá quem for o artista, eu já estou mais do que satisfeito".

A importância do Racionais MC's no rap nacional é inegável, mas Emicida faz questão de se lembrar de outras referências. "Tem duas gerações muito injustiçadas no rap brasileiro: a primeira, do Pepeu, e a que vem depois dos Racionais", afirma, elencando nomes como Kamau, Quinto Andar, Marechal, Contra Fluxo e Parteu. "Até hoje não posso escutar Parteu quando estou trampando, porque se escuto, copio ele por três meses."

"Pra mim, o Pepeu é um dos reis", ele continua, em referência ao MC dos anos 1980. Em 2010, Emicida levou o veterano das rimas de volta ao palco depois de um hiato de 16 anos. Inclusive, cita o veterano quando fala de uma de suas letras mais polêmicas, "Insomnia", single em parceria com Ogi que critica outros rappers. "Os caras ficam bravos pra caralho por causa dessa rima. O Pepeu, lá atrás, versou assim: 'Fiquei sabendo tem um tal de Pepeu, que canta rap bem melhor do que eu'. Rap sempre foi sobre se vangloriar de suas habilidades com o microfone. Rakim fazia isso."

Essa vigilância é um dos males do sucesso. O rapper passou a ser vidraça e vitrine. Todo passo é fiscalizado. No álbum *O Glorioso Retorno de Quem Nunca Esteve Aqui*, uma canção gerou polêmica. O som de "Trepadeira", cantado em parceria com o lendário Wilson das Neves, causou a ira de muitas mulheres com versos como "Isso aí é igual trevo de três folhas/

www.rollingstone.com.br

Veja o making of das fotos e entrevista em vídeo com Emicida.



Quer comer, come, mas não dá sorte” ou “Merece era uma surra de espada de São Jorge”. Emicida revela que repetiria a dose, porque “a música é livre”, mas acredita que a reação de algumas pessoas cruzou a linha do bom senso. “No episódio da ‘Trepadeira’ teve um grupo de minas que se denomina feminista que teve a ideia ‘genial’ de mostrar o quanto fui machista

### Entre os Grandes

Emicida cantou com Alcione em um evento da Copa do Mundo do Brasil, em dezembro de 2013, na Costa do Sauípe

**C**HEGA AO FIM UM DIA DE EXPERIENTE. O MC fecha a porta do seu escritório, coloca o boné discretamente no rosto para não ser nota-

pelo estilista João Pimenta, que também acaba de lançar uma coleção (em parceria com a grife West Coast), que namora apresentadora de TV, que enche três dias seguidos de auditório, que causa polêmica com declarações, que combate o racismo no Brasil. “Eu incomodo, porque eu sou preto. Eu incomodo os brancos e os pretos que cometeram suicídio de alma. Sabe o que é isso? É quando o escravo passa a

“Eu percebi que tinha que virar business, senão ia ser o de sempre: neguinho fazendo música e em algum momento o dinheiro tendo que vir de um patrão branco. Politicamente, é importante que o meu chefe seja preto”

descobrir todos os perfis de mulheres da minha família para xingá-las. O ataque dito feminista foi nas mulheres da minha família. Elas tiveram que bloquear o Facebook, apagar. Na minha vida foda-se o sim e o não, eu consigo lidar com isso. Agora, na vida de outras pessoas, isso é foda. Eu vi as minas da minha família com medo de sair na rua. E isso partiu de pessoas que diziam que estavam lutando pelo direito das mulheres.”

do e embarca no banco de trás de um táxi. No fim da corrida, o taxista – uma classe muito criticada por Emicida em situações de racismo – o reconhece e pede uma selfie. Ele posa para o celular, agradece e desembarca. O motorista se diz honrado por ter dirigido para um artista tão conhecido.

Não, não estamos mais falando daquele neguinho que via tudo do lado de fora. Estamos falando de um músico que liga para Caetano Veloso, tem o figurino de seu show assinado

se ver pelos olhos do senhor”, diz.

Estamos falando do menino que não pede mais para entrar. Que tem seus versos cantados dentro e fora da periferia, que espalhou a frase “A rua é noiz” por todo o Brasil em canções, bonés, canecas e camisetas. Estamos falando de Emicida, aquele que já mordeu cachorro por um pedaço de pão e agora trabalha na construção de um domínio em que a máxima parece ser uma só: “Poder para o povo preto”. ●

ANEXO 4 – Reportagem *Trump Levado a Sério*, sobre Donald Trump, publicada na revista *Rolling Stone* brasileira (2015).

# Trump Levado a Sério

Dez dias no encalço do magnata que quer comandar os Estados Unidos como se o país fosse uma de suas empresas

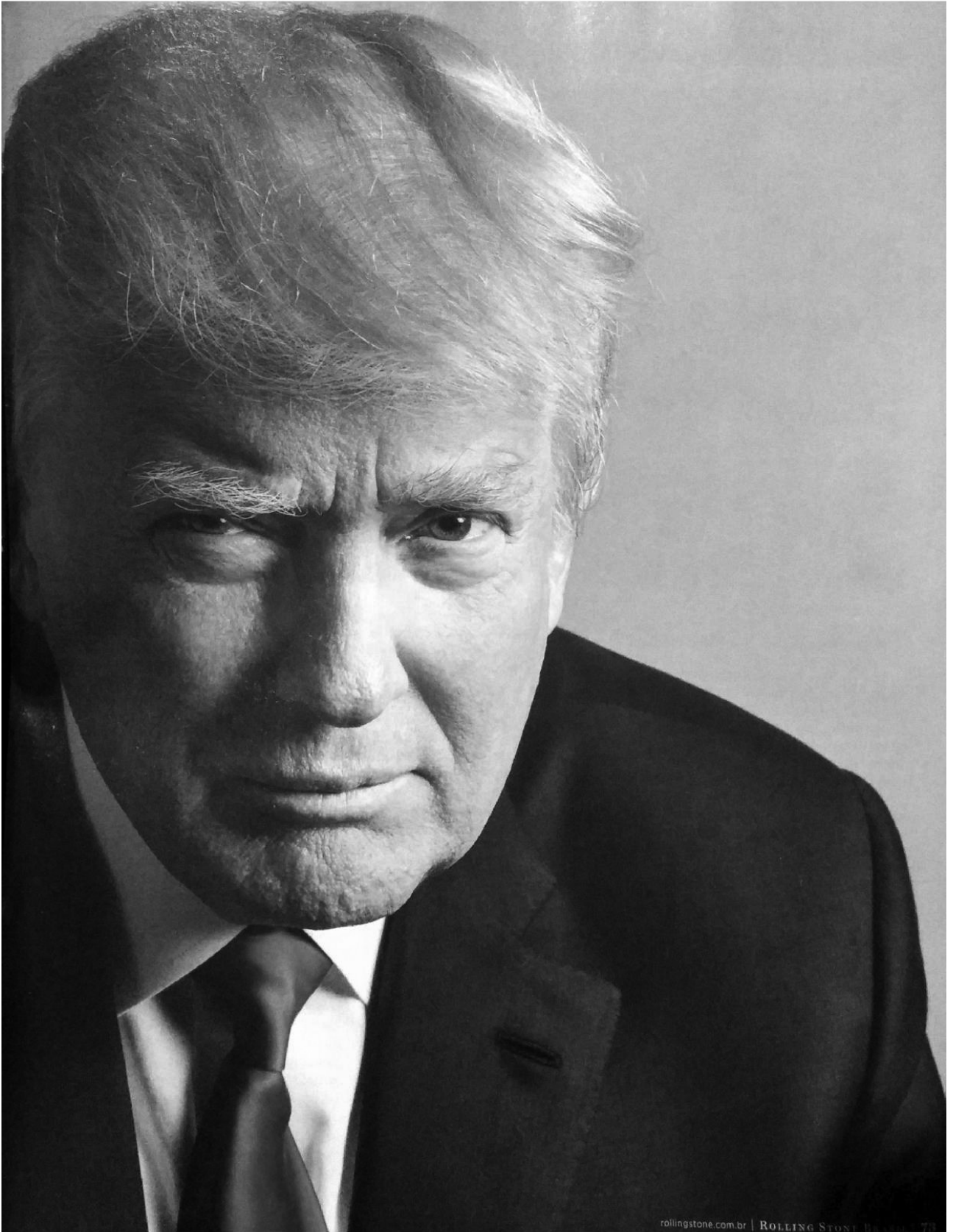
---

Por Paul Solotaroff

---

Foto: Mark Seliger

“**E** I, VOCÊ CONSEGUIU VIR, que bom te ver!”, diz Donald Trump ao sair do trono em que está sentado, em seu avião, prestes a levantar voo em Nova York. Ele passa pelo meu assento para me cumprimentar. “Você já deu uma volta por aqui? Não? Mas que coisa! Venha, vou te mostrar.”



## Donald Trump

Eu o sigo até o salão do Boeing 757, passando por poltronas com as fivelas dos cintos de segurança folheadas a ouro e o brasão da família costurado em cada apoio para a cabeça.

"Nada mau, concorda?", pergunta o empresário e aspirante ao posto de presidente dos Estados Unidos, me levando pelo corredor até a cabine de comando. "Comprei do Paul Allen e o reformei de cima a baixo. É maior que o [avião oficial da presidência] Air Force One. Sabia que ele apareceu no Discovery Channel como o jato mais luxuoso do mundo?" (Na verdade, não é maior que o Air Force One e apareceu no Smithsonian Channel, mas isso mostra que, como em muita coisa que Trump fala, as pinceladas grossas importam mais do que os detalhes.)

Depois da decolagem, rumo a Hampton, New Hampshire, eu o vejo no salão, lendo anotações. "Preciso me concentrar", ele diz.

baratos. "É? Bom, o que é pior para você, heroína ou comprimidos?" Explico que ambos são derivados do ópio, que é horrível de qualquer forma. "Huh! Interessante. Não sabia disso. Tenho que voltar para minhas anotações!" (Em uma coletiva de imprensa, uma hora depois, o candidato responde a uma pergunta sobre heroína em New Hampshire dizendo que "provavelmente começa com OxyContin, pelo que escutei".)

Ficar frente a frente com Donald Trump é ser cortado e interrompido por seus raciocínios que se desviam ou de repente viram perguntas no meio do caminho. Só que, como aprendo em Hampton, nada disso importará assim que ele subir ao palco. No segundo em que os holofotes o atingem, Trump encontra sua voz de maestro. Além disso, dirá exatamente as mesmas coisas fora do roteiro que falou em Michigan dias antes, tudo de cor,

o mercado imobiliário de Nova York durante décadas, construiu os próximos grandes paraísos para os super-ricos no litoral de Dubai e Istambul e liderou a audiência de TV no horário nobre por mais de dez anos com o reality show *The Apprentice*. Ao longo de dez dias e vários encontros, consegui espiar por trás das cortinas de sua bravata e imagem e enxergar o homem muito bem. O que vi foi suficiente para levá-lo a sério. Se você está esperando que Trump exploda em um zepelim de gafes e discursos de ódio, pode tirar o cavalinho da chuva. Donald Trump está aqui para ficar – e ganhando força e impulso a cada momento.

Quando aterrissamos em New Hampshire e entramos em um colégio de Hampton em sua carreta de limusines SUV, ele é abordado por repórteres ávidos por respostas. Trump ignora as perguntas – Iraque, Rússia, imigrantes – para falar às centenas de pessoas espremidas do lado de fora, que não conseguiram entrar, mas ouvem pelos alto-falantes, e para as outras milhares sentadas no saguão.

"Construí um patrimônio de mais de US\$ 10 bilhões. Sou um homem de negócios... É desse pensamento que nosso país precisa. Pegar nossos empregos de volta da China e do Japão e do México... Olhem para a China... Devemos US\$ 1,4 trilhão para eles... porque somos comandados por gente que não faz a mínima ideia. Honestamente, acho que somos liderados por estúpidos."

Ali, nessas palavras, está a campanha dele. *Sou forte; os políticos são fracos. Falo a verdade e nunca volto atrás; eles mentem e acenam a bandeira branca para nossos inimigos. Eles nos despiram de tudo; eu vou nos reconstruir e fazer este país ser temido no mundo inteiro.* Tudo o que ele balbucia é uma versão disso, com uma roupagem ou uma referência diferente – e Trump diz essas coisas ao povo, sua "maioria silenciosa", que deseja ouvir palavras assim desde Richard Nixon. "Ele transmite uma mensagem de poder e coragem sem qualquer prova dos fatos – ou seja, sem [ligar para] política", afirma Steve Schmidt, o sábio e experiente republicano que observa Trump com fascínio crescente.

Cerca de uma semana antes do comício em Hampton, fui convocado para ir ao escritório do empresário na Trump Tower. Ele me oferece uma cadeira perto da mesa de mogno que ocupa. Atrás do homem há um busto de Ronald Reagan. Em um encontro anterior, ele desconversou quando tentei arrancar algum fato sobre seu passado. Como inúmeros jornalistas antes de mim descobriram, não há um jogo de perguntas e respostas com ele. Em vez disso, você faz uma pergunta, dá um passo para trás e o vê começar, esperando que, no monólogo que se segue, Trump aborde ao menos obliquamente seu tópico. Desta

## “Meu dono é o povo. Vou te dizer: não sou nenhum anjo, mas vou cumprir o que prometo”

"Depois do comício, teremos muito tempo para conversar."

Parece justo, embora tenhamos passado horas em seu escritório e eu ainda não tenha conseguido fazer nenhuma pergunta sobre política, tendo recebido a garantia de que abordáremos "todas essas coisas" mais tarde. Sento para assistir à cobertura da campanha e ele me pergunta se sei o que são inversões. "Ahn, não", respondo, achando que receberei um tutorial sobre padrões de vento a 30 mil pés de altitude. "É quando empresas deixam os Estados Unidos e levam consigo milhares de bons empregos. O que você acha disso, parece justo?"

"Bom, não, não parece", respondo, "mas o que você faria com relação a isso em seus primeiros 100 dias?"

"É, preciso me lembrar de falar sobre isso hoje à noite, mas estou ocupado agora! Tenho de me preparar!" Ele afunda em suas anotações, marcando um trecho com caneta. Não se passam nem 60 segundos antes que olhe para mim novamente. "Sabia que New Hampshire tem um problema enorme com heroína? Qual é o motivo, na sua opinião?"

Respondo que provavelmente tem a ver com o analgésico controlado OxyContin e estudantes roubando o armário de remédios dos pais. Eles ficam sem comprimidos e descobrem que saquinhos de heroína são mais

palavra por palavra. Você pode lamentar a mensagem dele, mas jamais conseguirá dissuadi-lo. É como tentar deter um 757.

**E**M JUNHO, DONALD JOHN TRUMP desceu a escada rolante do átrio de cinco andares em mármore rosa do reluzente prédio Trump Tower, em Manhattan, para declarar sua candidatura à presidência dos Estados Unidos. Desde então, tem sido zombado e criticado, adorado e adulado e, até muito recentemente, desconsiderado como um sonho febril do segmento mais conservador do Partido Republicano. Subindo ao palco da extrema direita com um discurso inflamado e irracional – segundo ele, as pessoas que atravessam a fronteira do país são "estrapadores" e "assassinos" que rotineiramente cometem "um número enorme de crimes" –, Trump domina a corrida presidencial. Mas é preciso lembrar: cerca de um terço dos republicanos registrados que provavelmente votarão no ano que vem diz que nunca o apoiaria.

No meio de toda a histeria, o que frequentemente se ignora são as qualidades que fizeram Trump chegar até aqui. Ele dominou

[www.rollingstone.com.br](http://www.rollingstone.com.br)  
As dez maiores rixas e controvérsias de Donald Trump.



vez, ele se abriu sobre seu pai, falando bastante e com sentimento. Fred Trump, o segundo de uma linhagem de magnatas que se fizeram sozinhos (o pai dele, Friedrich, ficou rico na corrida do ouro em Klondike, vendendo alojamento, comida, bebida e, possivelmente, mulheres para hordas de mineradores), tinha o dom peculiar da família: podia ver o futuro e derrotar todo mundo ao persegui-lo.

"Quando o carro foi lançado, as casas não tinham garagens", conta Donald Trump. "Meu pai percorreu todo o Queens, construindo garagens nos anos 1930, e fez isso como ninguém. Tinha muita energia e visão, trabalhava sete dias por semana e gostava disso, foi feliz na vida. Vi gente tirar férias e se sentir péssima. Ele ficava duas horas na praia conosco aos domingos e voltava ao trabalho."

Ele prossegue, animado. "Aí vai uma história que nunca contei. Quando eu estava construindo a Trump Tower, meu pai ficou do outro lado da rua e disse: 'Não use vidro e bronze, use tijolo. É melhor, mais barato e ninguém se importa com a parte externa. As pessoas só querem saber do tamanho dos armários!'" Trump ri e balança a cabeça em um espanto sarcástico. Aliás, ele já contou essa história muitas vezes, segundo Gwenda Blair, autora da biografia *Donald Trump: Master Apprentice*. "É parte do que faz", diz Gwenda, "ficar se gabando e repetindo: é o que se chama de construção de marca, e ele é incansável nisso".

#### CANDIDATO IMPROVÁVEL

O empresário no Alabama. Ele tem uma mensagem simples: "Eu sou forte; políticos são fracos"

**D**ONALD TRUMP SE LEVANTA DA cadeira em seu escritório e me chama para ir até as janelas que vão do chão ao teto. Enquanto estamos ali, centenas de metros acima das ruas de Nova York, olhando para os turistas minúsculos, penso em perguntar: como, a partir deste ponto de vista, ele enxergou os corações de homens brancos mal empregados? Como soube que eles

ficavam indignados com o livre comércio, imigrantes e republicanos gordos que os enganaram durante décadas? Como adivinhou que tinham misturado em suas mentes essas insatisfações para explicar a queda nas vagas na indústria, e que tudo o que realmente queriam, além da volta desses empregos, era que alguém esmurrasse os amadores que representam o partido – como Jeb Bush e Scott Walker e Karl Rove?

"A ferida em que colocou o dedo", digo, "é que o povo vê esses políticos e diz: 'Este é de propriedade de David Koch, este é do Sheldon Adelson, e aí olham para você...'"

"Meu dono é o povo!", Trump brada. "Sa-

#### TRAIDOR DA CLASSE

Trump faz troça dos políticos em geral, mas precisará deles caso ganhe a eleição em 2016

O ataque aos maus ricos, aos usurpadores e exportadores de empregos é um dos golpes de mestre da campanha de Donald Trump. "Existem senadores voando de Washington para Nova York e fiz contribuições [financeiras] a todos", afirma o empresário. "Por quê? Porque eram negócios: quando os visitei, foram gentis. Se eu tivesse dito 'não', depois retomasse

contato e alegasse que precisava de ajuda em um código fiscal – nem pensar. Isso não é bom para nosso país, mas é o sistema, e o público o entende melhor do que ninguém." Suas heresias não param por aí. Trump pediu aumentos de impostos para os ultraricos como ele mesmo e uma ampliação típica de tempos de guerra no orçamento do Departamento

de Defesa. Como, no entanto, ele aprovaria essas propostas em um Congresso comandado pelo próprio partido que está traindo? Por enquanto, o "como" não importa. Se nada mais resultar de sua campanha, ele terá feito aos eleitores norte-americanos um favor, mostrando à direita raivosa que o Partido Republicano é comandado somente por e para os muito ricos.

P.S.



## Donald Trump

be, vou te dizer, não sou nenhum anjo, mas vou cumprir o que prometo!”

Só que a resposta à minha pergunta paira no ar – especificamente, no sotaque de Trump. Ele conviveu com operários e aprendeu a falar como eles ao acompanhar o pai até canteiros de obra. Tem as mesmas construções de frase de gente simples e elaborou sua mensagem expressamente para o ouvido dessas pessoas. Em Hampton, vi a multidão imensa ferver quando ele atacou a ganância corporativa. “Quando o chefe da Ford me ligar e falar: ‘Senhor presidente, realmente queremos construir esta fábrica no México’, responderei: ‘Vou cobrar de você 35% de imposto sobre cada carro e caminhão e



**DESDE CEDO**  
(Acima) Trump com o pai, Fred, de quem herdou o tino empresarial. (À dir.) No *The Tonight Show* Starring Jimmy Fallon. Ele aproveita a exposição massiva nos Estados Unidos



## “ Não gastei nada com publicidade. Apareço tanto na TV que seria estúpido fazer comerciais ”

peça que for importada!’ ‘Você não poooode fazer isso, presidente!’ Confie em mim, posso – e o que acontece é que, até o fim do dia, eles provavelmente cederão.”

Não importa que o cenário de sonhos tenha sido alterado na fala de Trump, que omite que só o Congresso pode definir novos impostos: o lugar inteiro balança como se estivesse sobre patins. É essa a postura que permite a ele exibir sua riqueza e vendê-la como prova de que está do lado do povo.

**N**A PRIMEIRA VEZ EM QUE NOS encontramos, Trump me levou a entender que sua candidatura havia custado pouquíssimo até aquele momento. Algumas despesas com combustível do avião e salário para as equipes dos eventos, mas nenhum gasto com publicidade ou voos fretados. “Achei que gastaria US\$ 10 milhões em anúncios, mas até agora não paguei nada por isso”, diz. “Apareço tanto na TV que seria estúpido fazer comerciais. Além disso, os programas são mais eficazes do que os anúncios.”

Ainda assim: Barack Obama gastara cerca de US\$ 1,6 milhão por dia em sua primeira corrida presencial, em 2007, na fase da cam-

panha que Trump está prestes a vivenciar. O preço pode ter duplicado nestes últimos oito anos, embora Trump tenha reduções de despesa (avião próprio, sem gastos com publicidade), então talvez só desembolse US\$ 1 milhão por dia. Só que Obama arrecadava dinheiro com a mesma velocidade que gastava, enquanto Trump mal levantou um dedo (no último relatório, havia recebido US\$ 100 mil para a campanha, ou cerca de 5% do que já gastou). Ele realmente está preparado para desembolsar US\$ 30 milhões por mês, e mais ainda quando a campanha avançar?

A política é uma empreitada de risco máximo e baixo retorno, na qual US\$ 5 bilhões serão gastos no total neste ciclo das campanhas, a maior parte dessa quantia por candidatos com chances ínfimas. Trump entrará pra valer em sua aposta consigo mesmo ou recorrerá, em algum momento, às pessoas que denuncia – o pessoal dos fundos de investimento e influenciadores que financiam os supercomitês de ação política de seus rivais – e silenciosamente fará as pazes com elas? Aqui está o dilema que Trump enfrenta enquanto se prepara para uma disputa longa e árdua. Ele fez sua marca como a exceção a cada regra: o contador de verdades sombrias,

o homem rico demais para ser subornado. Qualquer desvio, qualquer vacilo lhe custará muito mais do que custaria a, digamos, Bush ou Ted Cruz. Por quê? Porque a principal alegação de Trump é a de não ser essas pessoas. No dia em que seus apoiadores duvidarem disso, ele começará a se desfazer.

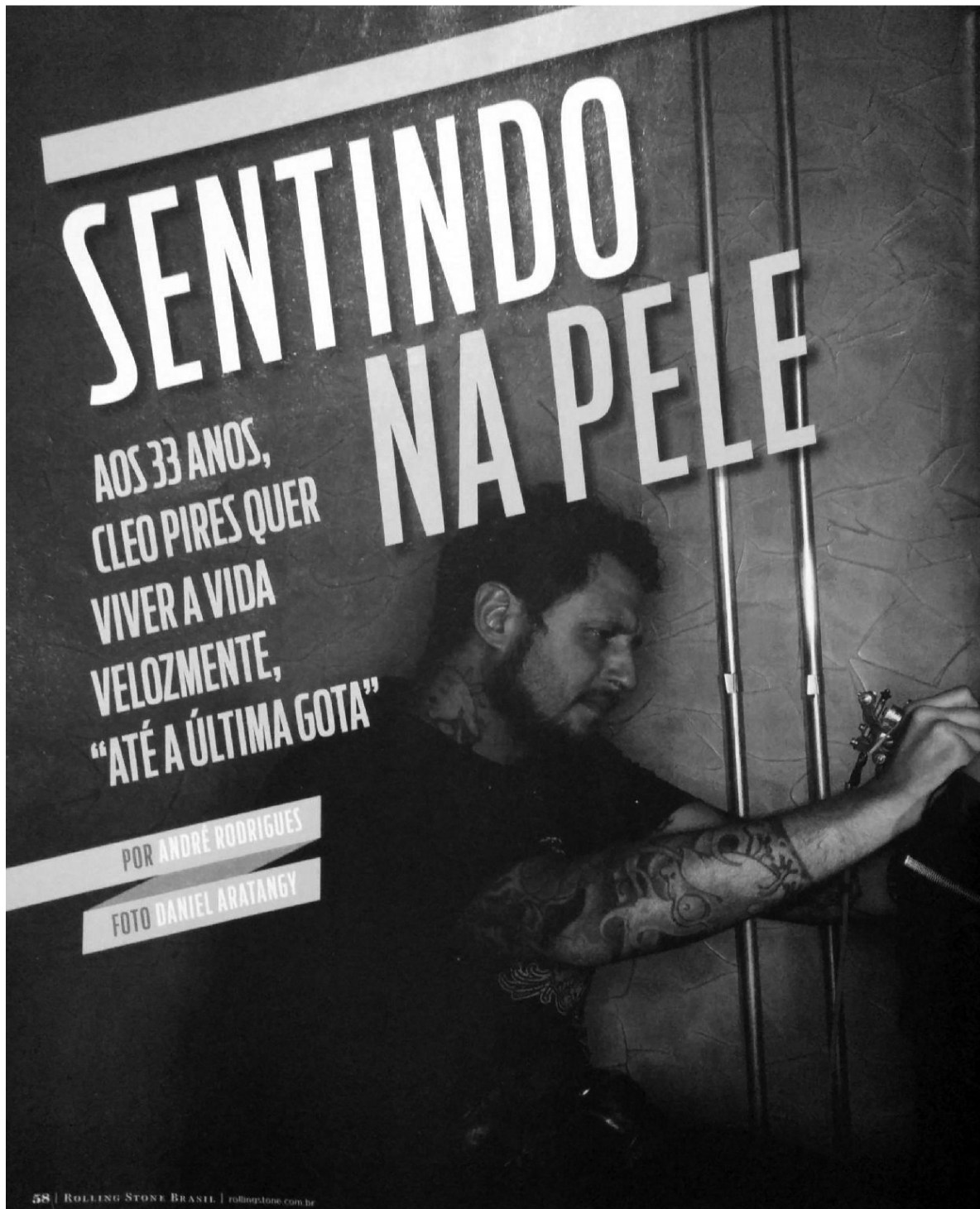
**D**EPOIS DO COMÍCIO EM HAMPTON, Donald Trump está exultante. De volta ao avião, ele se senta à mesa de jantar no centro da grande cabine, olha para a imensa televisão de 57 polegadas sintonizada na Fox News e vê notícias do comício que acabou de fazer enquanto devora o jantar.

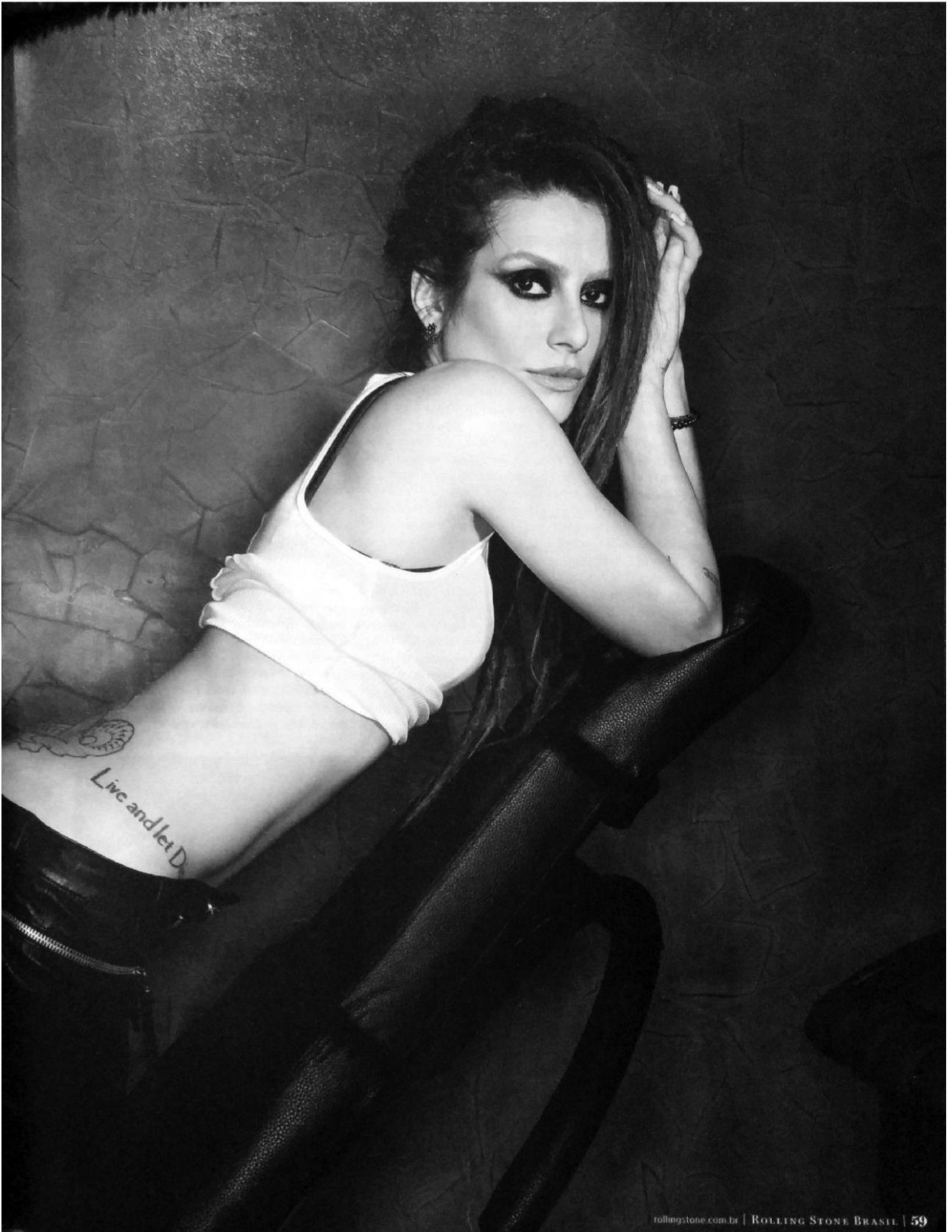
Com a gravata azul afrouxada, ele relaxa para comentar o noticiário. Na TV, cortaram para um trecho com Scott Walker, o governador do Wisconsin que parece um robô antiquado. Walker é elogiado pelo âncora por seu estilo “lento, mas constante”, enquanto Trump rebate: “É, é lento mesmo! É isso o que já temos: leento”. Os funcionários à mesa de reunião gritam e riem; o chefe, no entanto, só está esquentando os motores. Quando o âncora pergunta a Carly Fiorina sua reação a Trump, a expressão dele vira uma carranca de criança descontente enquanto a câmera dá um close na candidata. “Olha a cara dela!”, ele grita. “Alguém votaria nisso? Dá para imaginar uma coisa dessa sendo o rosto de nossa próxima presidente?!” A risada diminui atrás dele. “Quer dizer, ela é uma mulher e eu não deveria dizer nada ruim, mas qual é, pessoal. Isso é sério?”

Aí, em resumo, está a bênção e a maldição de Trump: ele parece não saber parar enquanto está ganhando. Os instintos que o levaram a liderar as pesquisas e o mantêm muito acima dos outros são os mesmos que o deixaram em maus lençóis com ex-esposas, parceiros de negócios, canais de TV, supermodelos e muitas outras mulheres famosas.

Enquanto isso, você pode dizer o seguinte sobre o homem: ele cumpre uma promessa de campanha, pelo menos na sobremesa. Depois do jantar no avião, Trump caminha até a cozinha para pegar um doce. Vasculha o armário, onde seus amados biscoitos Oreo ficam – ele havia dito que não os comeria mais desde que o fabricante resolveu transferir uma planta de produção dos Estados Unidos para o México. Pega o pacote de biscoitos, olha com carinho por um momento e o devolve à prateleira, inteiro. Voltando à poltrona com alguns biscoitos de outra marca, ele me flagra olhando e resmunga: “É sério: chega de Oreo para o Trump! E você pode escrever que falei isso, se quiser”. ☺

ANEXO 5 – Reportagem *Sentindo na Pele*, sobre Cleo Pires, publicada na revista *Rolling Stone* brasileira (2015).





## CLEO PIRES

**C**LEO PIRES FAZ PERGUNTAS. MUITAS PERGUNTAS. “QUAL É O SEU SIGNO? VOCÊ CHORA? JÁ ouviu isso? Quem escreveu aquilo? O que ele disse?” A atriz de 33 anos está sempre em movimento. Transita de um assunto para outro com enorme curiosidade. Começa a falar do namorado e de repente revela que gostaria de investir em bitcoins. Há um impulso por conhecimento que a deixa em constante mutação. Como alguns tubarões, se ficar parada, pode se afogar (no caso dela, nos próprios pensamentos). “Eu quero viver as coisas. Estou nesse movimento de viver e não ficar se distanciando. Quero viver tudo até a última gota”, diz enquanto pede um gim-tônica em um sábado à tarde, em um restaurante descolado no bairro dos Jardins, em São Paulo. Discreta, com calça preta e camisa azul, está maquiada, pois acabou de dar uma entrevista a um telejornal para falar sobre *Operações Especiais*,

filme em que interpreta uma sensível agente da lei. Usa ostensivos dreadlocks nos cabelos morenos, parte da composição de seu próximo papel na TV. Na série *Supermax*, com estreia prevista para o ano que vem na Rede Globo, será participante de um reality show prisional – e ficcional – que se passa no Acre. No dia seguinte ao nosso encontro, promoveria uma sessão a céu aberto do filme *O Pequeno Príncipe* na comunidade do Vidigal, na zona sul do Rio de Janeiro, onde também tem uma propriedade (ela mora em São Conrado). A atriz busca seguir sempre a própria vontade. “Faz uns oito anos que eu tenho me priorizado. O que eu gosto, o que eu quero. Eu não posso parar de viver porque vão achar isso ou aquilo.”

Cleo Pires (“Há 33 anos escrevem meu nome com acento, mas não tem acento”) é inquieta (“No bom e no mau sentido”) e um tanto cigana (“Física e emocionalmen-

te”). Já morou em diversos lugares (Rio de Janeiro, Estados Unidos, Goiânia) e fez duas dezenas de trabalhos para televisão e cinema. Para interpretar a policial Francis em *Operações Especiais*, de Tomás Portella, aprendeu a atirar. Agora, tem porte de arma. “Eu me sinto muito modificada. O filme me deu outro olhar sobre as coisas, sobre mim mesma, sobre a minha vida”, afirma. Na obra, Cleo é recepcionista de um hotel carioca. Depois de presenciar um assalto, presta concurso e vira policial – honesta. Ao entrar na força-tarefa comandada pelo delegado Paulo Froes (Marcos Caruso), ela ajuda a exterminar a criminalidade de uma cidade do interior fluminense. Cleo dispara tiros de fuzil, agarra traficantes brucutus, xinga milicianos e encontra tempo para fazer as unhas. É uma espécie de Capitão Nascimento, de *Tropa de Elite*, com Katy Mahoney, da série oitentista *Dama de Ouro*, em um papel

raro até mesmo para as poderosas atrizes das paragens hollywoodianas. “Pra mim é mais fácil esse universo de armas por causa dos meus amigos homens, primos, do que a personagem de *Qualquer Gato Vira-Lata*, por exemplo”, fala sobre Tati, a “menininha desesperada” das comédias românticas *Qualquer Gato Vira-Lata* (2011, mais de 1 milhão de espectadores) e *Qualquer Gato Vira-Lata 2*, lançada este ano. Amante de velocidade (anda de moto, tem arrais amador e queria ser piloto de caça), Cleo também acaba de se jogar em outra personagem literalmente forte. Ano que vem poderá ser vista como Vivianne, a mulher do lutador de MMA José Aldo, na biografia dele dirigida por Afonso Poyart. Ela fez muay thai e aulas de defesa pessoal com Kyra Gracie para o longa. “Eu gosto quando tem uma coisa física forte. Eu sou muito mental. É muito difícil. Quando tenho um personagem que exige essa fi-

## SEDUÇÃO NATURAL

Personagens vividas por Cleo Pires acabam sempre atraindo um olhar lascivo do público



**CASTANA/ARIELA MASÉ**  
*Benjamim* (2003)

Cleo fez sua estreia nos cinemas interpretando a modelo Castana e também Ariela, jovem casada com um policial e afetada por problemas psicológicos decorrentes de um estupro.



**LURDINHA**  
*América* (2005)

Com a ninfeta Lurdinha, Cleo pela primeira vez recebeu o título de mulher mais sexy do Brasil. Sua relação com Glauco, um homem mais velho vivido por Edson Celulari, causou furor no público.



**TATI** *Qualquer Gato Vira-Lata* (2011)

No filme, adaptado de uma peça de Juca de Oliveira, Cleo interpreta a mocinha Tati, que se divide entre o namorado, Marcelo (Dudu Azevedo), e o professor de biologia Conrado (Malvino Salvador).



**BIANCA**  
*Salve Jorge* (2012)

Independente e sensual, Bianca vive intensamente suas paixões e acredita que nunca irá ficar presa a um amor, até que conhece o indeciso Zyah (Domingos Montagner) e revê seus conceitos.



**KÁTIA**  
*O Caçador* (2014)

Bastante frágil e emocionalmente instável, Kátia acaba sendo o pivô das brigas entre os irmãos André (Cauã Reymond) e Alexandre (Alejandro Claveaux), com quem é casada.

sicalidade, o meu mental desaparece um pouco e vou mais para o instintivo, para o impulso." Ela conta que antes de entrar em cena grita, corre ou simplesmente anda. "Faço coisas físicas, porque me ajudam a chegar a uma abertura emocional que o psicológico não me traz."

Desde a primeira aparição para valer como atriz, no filme *Benjamim* (2003), adaptação do livro de Chico Buarque, ela nitidamente se alinha a perfis mais sedutores e perigosos. Quando pergunto quais as personagens que acha mais interessantes, menciona Betty Blue (Béatrice Dalle no filme homônimo de 1986), que

arranca o próprio olho, e a instável Mabel, interpretada por Gena Rowlands no clássico *Uma Mulher sob Influência* (1974), de John Cassavetes. "Ela está muito fodida. Ninguém a entende." Para ficar mais próxima de mulheres profundas e complexas, começou a pedir papéis para diretores e produtores. "Antigamente queriam me colocar no lugar da bonitinha. Mas eu nunca me encaixei muito bem nisso. Acho que as pessoas não sabiam o que fazer comigo", comenta sobre participações que exploraram sua beleza, como a ninfa Lurdinha, na novela *América* (2005). Para ela, as coisas mudaram depois que fez Bianca, em *Salve Jorge* (2012). "Era uma mulher sem pudores e eu também fiquei um pouco assim na vida real. Eu me conectei com esse meu lado. Aí acho que os produtores me olharam de uma forma diferente." Na sequência, ano passado, deu vida a Kátia, a bipolar da série *O Caçador*. Apesar da paixão pelo cinema (além de participar de nove filmes, apresentou um programa sobre a sétima arte na TV a cabo), suas horas de voo até agora se acumulam mais nas novelas globais. Ganhou destaque como a vilã Surya em *Caminho das Índias* (2009) e foi uma das protagonistas de *Araguaia* (2010/2011). "Confesso que nunca vi muita novela. De algumas poucas eu gostei bastante. Mas é um gênero que respeito muito", diz a respeito da discussão sobre uma possível crise enfrentada pelos folhetins, principalmente depois do advento de uma propalada fase de ouro das séries norte-americanas. "É um formato que pra mim é difícil hoje em dia. Fazer e assistir. Não é preconceito, e nem todas



### GANHANDO ESPAÇO

1. A estreia como atriz foi em uma ponta na minissérie *Memorial de Maria Moura*, em 1994; 2. Em *Qualquer Gato Vira-Lata 2*, Cleo teve a oportunidade de contracenar com o pai, Fábio Jr.; 3. Como uma policial honesta no mais recente papel nos cinemas, no filme *Operações Especiais*



"DESTINO? NÃO SOU ASSIM TÃO FATALISTA. NO FIM DAS CONTAS, O QUE VALE É A SUA ESCOLHA. O DESTINO NÃO TEM NADA A VER COM ISSO"

www.rollingstone.com.br  
Assista ao making of da sessão de fotos com Cleo Pires.

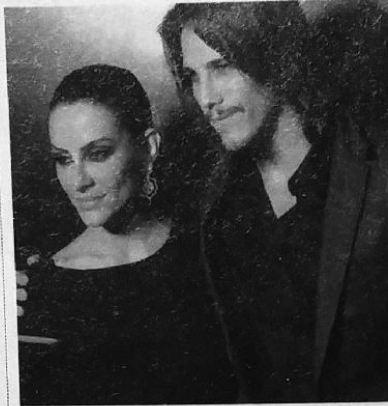
são assim, mas às vezes acho que as coisas ficam muito mastigadas nas novelas", resume. Uma semana mais tarde, ela aceitaria convite para *Haja Coração*, próximo título das 19h da Rede Globo.

**V**AMOS FUMAR LÁ FORA?", CLEO pergunta enquanto enrola o próprio cigarro. Para fazer as fotos dessa reportagem, apareceu com o fumo ("Não é maconha") e uma garrafinha de uísque. Acredita que "tudo que é proibido é ruim" e acha "muito ruim as drogas serem proibidas". Suas 20 tatuagens (a primeira, um ideograma japonês, foi feita aos 16 anos, com a autorização da mãe) também contribuem para compor o visual de uma personalidade singular. "Se eu me acho uma pessoa bonita?", ela repete minha pergunta na rua, onde bebemos e ela fuma. "Tem momentos em que eu me acho bonita. A maior parte do tempo eu me acho muito... esquisita. Às vezes eu queria ser só bonitinha, tipo lindinha, sabe? Narizinho, boquinha... Aí eu ia me achar linda. Quando era criança eu gostaria disso. É um trauma de infância", ri. A sua "esquisitice" estampou a capa de 35 anos da revista *Playboy* em 2010. O ensaio de 50 páginas sacramentou a entrada de Cleo Pires no imaginário erótico nacional. "Eu gosto muito de fazer foto. Eu gosto dessa sensação de estar me expondo e de certa forma lidando com as minhas inseguranças. Isso me faz bem. Eu deveria ter feito mais isso quando era mais nova. Eu fui muito precoce para muita coisa e muito retardada para muita coisa. Mas, enfim, a vida é assim. Você não tem tudo."

Mas bastante gente achava que ela tinha tudo desde o princípio. Cleo Pires Ayrosa Galvão nasceu no dia 2 de outubro de 1982 filiada a duas das maiores estrelas da tele-

## CLEO PIRES

visão brasileira de todos os tempos. O pai, Fábio Jr., explodiu nos anos 1980 como ator e cantor romântico-garanhão. Galã e conquistador, até hoje é símbolo de boemia, hedonismo e sexo. A mãe, Glória Pires, é patrimônio nacional. Alguns dos personagens dela se transformaram em entidades da teledramaturgia. Glória é garantia de qualidade, sucesso e talento. "Eu não sabia se queria ser atriz, não levava isso muito a sério. Falava: 'Gente, isso é uma bobagem, esse drama de ter que entrar no personagem, tudo uma bobagem'", diz Cleo sobre o passado, quando pensava em ser investigadora, cientista, antropóloga, piloto de caça, estilista e... marceneira. Mas nunca atriz. Fez uma pré-estreia em 1994, aos 12 anos, interpretando em apenas um capítulo a jovem Maria Moura (depois vivida por Glória Pires na fase adulta) na minissérie *Memorial de Maria Moura*. Abandonou a carreira na sequência. Até ser convidada, quase dez anos depois, para interpretar duas personagens numa tacadá só em *Benjamim*. A diretora do filme, Monique Gardenberg, encontrou Cleo em uma fila de banheiro e lançou a proposta. "Destino? Não sou assim tão fatalista. No fim das contas, o que vale é a sua escolha. Tem que ter confiança. O destino não tem nada a ver com isso", afirma Cleo. Com o duplo papel, conquistou o prêmio de melhor atriz no Festival do Rio e recebeu inúmeros elogios da crítica. Foi o pontapé ideal para quem estava indecisa. "Foi tudo muito impulsivo. Depois comecei a ficar muito mental pra me proteger." Quando percebeu que tinha "o cara" dentro de casa, começou a gostar do ofício e a trocar mais experiências com a mãe. "Eu sempre tive muita necessidade e desejo de me expressar da minha forma e saber que tudo era por mérito próprio. Então, não conversava muito com ela porque não queria ser influenciada por ninguém. E ela me respeitava, não me pressionava. Mas hoje em dia a gente troca bastante." De certa maneira,



## MUSICAL E ROMÂNTICA

Ao lado do namorado, Rômulo Neto, Cleo retomou a conexão com o próprio lado musical. Os dois já escreveram três músicas juntos

contracenou com Glória em duas produções nacionais recentes. Foi a primeira esposa de Lula na cinebiografia *Lula, o Filho do Brasil* (Glória interpretou a mãe do ex-presidente) e Ana Terra em *O Tempo e o Vento* (2013), personagem que a mãe de Cleo incorporou na minissérie de mesmo nome em 1985.

Após entrar de vez para o rol das celebridades e chamar atenção nas telas, automaticamente começou a ser cobrada, como se tivesse que justificar toda uma possível herança de adjetivos vinda dos pais famosos. Com a separação de Fábio Jr., Glória Pires se casou com o músico e compositor Orlando Moraes. Cleo (então com 5 anos) seguiu o mesmo caminho da mãe e também se distanciou do pai biológico. "Faz aí uma metalinguagem porque tudo isso já foi dito", comenta sobre a intensa novela que a imprensa fabricou a partir da relação entre Cleo, Fábio e Orlando. Durante um período, revistas de fofocas chegaram a publicar que ela teria um caso com o padrastrô, o que motivou a mudança da fa-

mília para fora do país. Neste ano, Fábio e Cleo se reconciliaram e até mesmo participaram de uma irônica cena entre pai e filha no filme *Qualquer Gato Vira-Lata 2*. Contando os dois casamentos da mãe e a prole do pai, ela é a mais velha de oito irmãos ("Eu me fodi, né?") e muito ligada a Antônio, cantora, compositora e atriz. O sonho dela sempre foi ter um irmão mais velho para ser mais protegida. "Mas estou numa fase bem família. Eu acho que sou melhor irmã do que filha ou qualquer outra coisa. Sou uma boa irmã", afirma categoricamente. Na sequência, propõe um brinde aos irmãos.

**O**S PRATOS CHEGAM. ELA COME HAMBÚRGUER com cheddar e salada. Revela que tem muita inveja das minhas batatinhas fritas e que gosta de beber ("Você tem novos insights, às vezes fica mais criativo, sabe?"). Conta que não teria problema nenhum em engordar 20 quilos para fazer um personagem, pois adora comer (acha o trabalho de Wagner Moura na série *Narcos* maravilhoso; ele engordou 20 quilos para fazer o megatraficante Pablo Escobar). Admite que não é super vaidosa. "Minha vaidade é questão de saúde. Tenho melasma, então preciso passar protetor e pó, esse é meu ritual. E escovar dente e tomar banho. Básico. Ah, e gosto de estar com a unha feita." Unhas que são as responsáveis pela mais nova fase de Cleo Pires. "Tipo: eu odiava arte de unha. Achava cafona. Só pintava de preto, vermelho ou branco. Há três semanas comecei a comprar adesivo, esmalte prata... São fases impulsivas, que nascem out of the fucking blue [*expressão que pode ser traduzida como 'do nada', 'de repente'*]." Ela mostra as mãos e emenda com a pergunta "Qual é o seu signo?" Cleo é Libra com Peixes, Lua em Áries e Sol na casa de Escorpião. Ela tem muitos hobbies. Astrologia é um deles. Também estuda cabala, leu tudo sobre espiritismo, Alan Kardec e Chico Xavier. "Eu gosto de ser autodidata. Dizem que Hitler não fazia nada sem o astrólogo dele. Astrologicamente tinha alguma coisa séria acontecendo ali." E assim a Segunda Guerra Mundial aparece na conversa. Ela acabou de assistir a uma série de documentários sobre Adolf Hitler. Também viu um "documentário maravilhoso sobre a Ucrânia" e outro que mostrava o funcionamento dos bitcoins ("Mas pra mim é grego"). Segundo ela, o apego por documentários tem uma explicação lógica. "Eu odiava escola quando era criança. Educação é o que pode mudar tudo na vida, mas as es-

## APOSTA NO SUSPENSE

Série estrelada pela atriz investe em gênero pouco explorado na TV aberta

Prevista para estrear no primeiro semestre de 2016, *Supermax*, a série da Rede Globo que Cleo Pires grava até o final de novembro, mistura *Big Brother* com *Jogos Vorazes* e ainda traz elementos sobrenaturais. "É tudo muito roots", diz a atriz, que adotou o visual com dreadlocks para compor a nova personagem.

Ela interpreta uma das 12 participantes de um reality show que acontece em um presídio de segurança máxima desativado no Acre. "Uma grande emissora do país reativa esse lugar para fazer o programa. Mas há um mistério, porque aos poucos descobrimos coisas sobre o passado desses

participantes e aí começa um terror forte." A atração está sendo rodada no Rio de Janeiro. A criação do projeto é de José Alvarenga Jr., que trabalhou com Cleo em *O Caçador*. "Como tem muito suspense e não querem que vaze nada, vão fazer três finais diferentes", completa a atriz.

A. R.

colas às vezes querem colocar você dentro de uma caixa e te transformar, como se fosse resultado de uma coisa. Acho que isso não alimenta a criatividade no mundo. O Steve Jobs não foi para a faculdade!", exclama, citando o visionário empresário dono da Apple, morto em 2011, para carimbar seu amor pelos filmes que contam histórias reais.

A tal caixa opressora reaparece quando o assunto é a profissão dela. Para Cleo, alguns diretores geralmente "tentam te colocar dentro de uma caixa, de uma ideia específica, como aquela fala deve ser falada, como aquele olhar deve ser olhado, sabe? Tenho vontade de falar que não sou um robô". Talvez ainda seja o trauma escolar ecoando. Diretores, pai, mãe e professor representam autoridades. Só que esse deve ser um assunto para a terapia, que ela, com intervalos, faz desde os 17 anos. "Mas meu analista está de férias.

Eu adoro quando isso acontece porque me sinto superindependente." Depois de bastante tempo ausente dos consultórios, voltou a fazer análise com um homem e menciona que isso tem ajudado muito na atual relação dela com o feminino. "Eu estou gostando muito de ser mulher. Estou achando foda ser mulher. É gostoso!", gargalha.

Depois de tantas dúvidas e questões para encarar a profissão, hoje ela não se arrepende de ter abraçado a atuação. "Eu realmente me sinto uma pessoa melhor trabalhando. Sinto que me conecto com um lado que tenho que precisa ser expressado, para eu aprender certas coisas e crescer como ser humano." Tanto que já está trabalhando no primeiro filme (em que também deve atuar) da produtora que abriu no Rio de Janeiro. "Trabalhar com arte tem me salvado bastante", reafirma. "É muito legal, mas como profissão é sofrido. Pra mim, talvez. Porque sou muito controladora. Às vezes as minhas escolhas me irritam. Só que aí não está mais na minha mão." A música também ocupa um lugar de nascença. Já escreveu letra para o padrasto ("Areia Firme"), teve uma banda quando era adolescente e está "tirando um som" regularmente. "Música é a minha vida. Eu sempre gostei de cantar e me expressar através da minha voz e do meu jeito, do que as minhas letras dizem.



#### LADO FAMÍLIA

1. Cleo Pires relutou em pedir os conselhos da mãe, a atriz Gloria Pires, no início da carreira; 2. Com os irmãos por parte de mãe - Antonia (de quem é bastante próxima), Bento e Ana - e o padrasto, Orlando Moraes; 3. Depois de algum tempo distantes, Cleo e o pai, Fábio Jr., se reaproximaram



"ACHO MUITO BOM TER AUTOESTIMA E ESTAR SEGURO, MAS CREIO QUE É PRECISO TER INSEGURANÇA OU VOCÊ FICA PEDANTE, CHATO E ARROGANTE"

Mas aí rolou essa coisa de atriz e fiquei com preguiça de ir pro outro lado. Burrice, né?" Não ter se dedicado há mais tempo a essa área é uma das coisas que gostaria de ter feito diferente. "Eu me arrependo de não ter confiado em mim o bastante para ter investido no meu lado musical." A reparação veio a partir da relação com o ator Rômulo Neto. Eles começaram a namorar e já fizeram três músicas juntos.

"LE ESTÁ EM TREINAMENTO? ESTÁ indo bem?", Cleo pergunta para uma garçonete sobre o jovem que nos atende. O garoto atravessa seu terceiro dia como garçom no local. "Amo ver a pessoa com alguma insegurança, aberta para o aprendizado. Acho foda. Acho muito bom ter autoestima e estar seguro, mas creio que é preciso ter insegurança ou você fica pedante, chato e arrogante", diz ao tomar café e se preparar para a retirada. Ela não lê críticas sobre seu trabalho. Acredita que se lesse, inconscientemente ficaria querendo justificar as coisas que estão sendo faladas. E não gosta disso. Também está dando um tempo dos jornais. Em uma outra fase lia três jornais por dia e assistia a CNN, BBC, tudo o que podia. "Mas comecei a achar que na verdade todos esses veículos eram totalmente parciais. E as pessoas são levadas por tudo isso. Vira uma mentalidade de gado e se emburrecem."

Cleo enrola mais um cigarro enquanto esperamos o carro que vai levar a atriz para o aeroporto. Ainda há tempo para mais algumas questões. Sempre há. "Já ouviu essa teoria aí de que 6 bilhões de pessoas vão morrer?", pergunta. Quero saber se isso vai ser logo. "Não queria que as pessoas tivessem que morrer. Não é pra ser assim", conclui. Mas anos de escolhas, alternativas e mudanças durante a vida devem custar alguma coisa. A morte talvez seja o preço a se pagar.

Ao tentar novas experiências e reinvenções, naturalmente podem-se encontrar obstáculos intransponíveis e arrependimentos. Dizem que não podemos acertar sempre. "Às vezes eu fico pensando que fiz um monte de besteiras. Mas aí posso ficar me martirizando e sentindo pena de mim mesma ou usar a força que tenho dentro de mim para transformar essa situação", declara, fazendo um balanço sobre os caminhos perigosos que já trilhou. Mas logo dá a receita: "Temos que fazer novas memórias boas e viver. A gente faz muita merda, a gente erra muito. Eu, pelo menos". Cleo Pires entra no carro, mas antes de partir de vez ainda a escuto perguntar: "Você gosta de dançar?"

ANEXO 6 – Reportagem *Guerreira de Liberdade*, sobre Daniela Mercury, publicada na revista *Rolling Stone* brasileira (2015).

# Guerreira da Liberdade

---

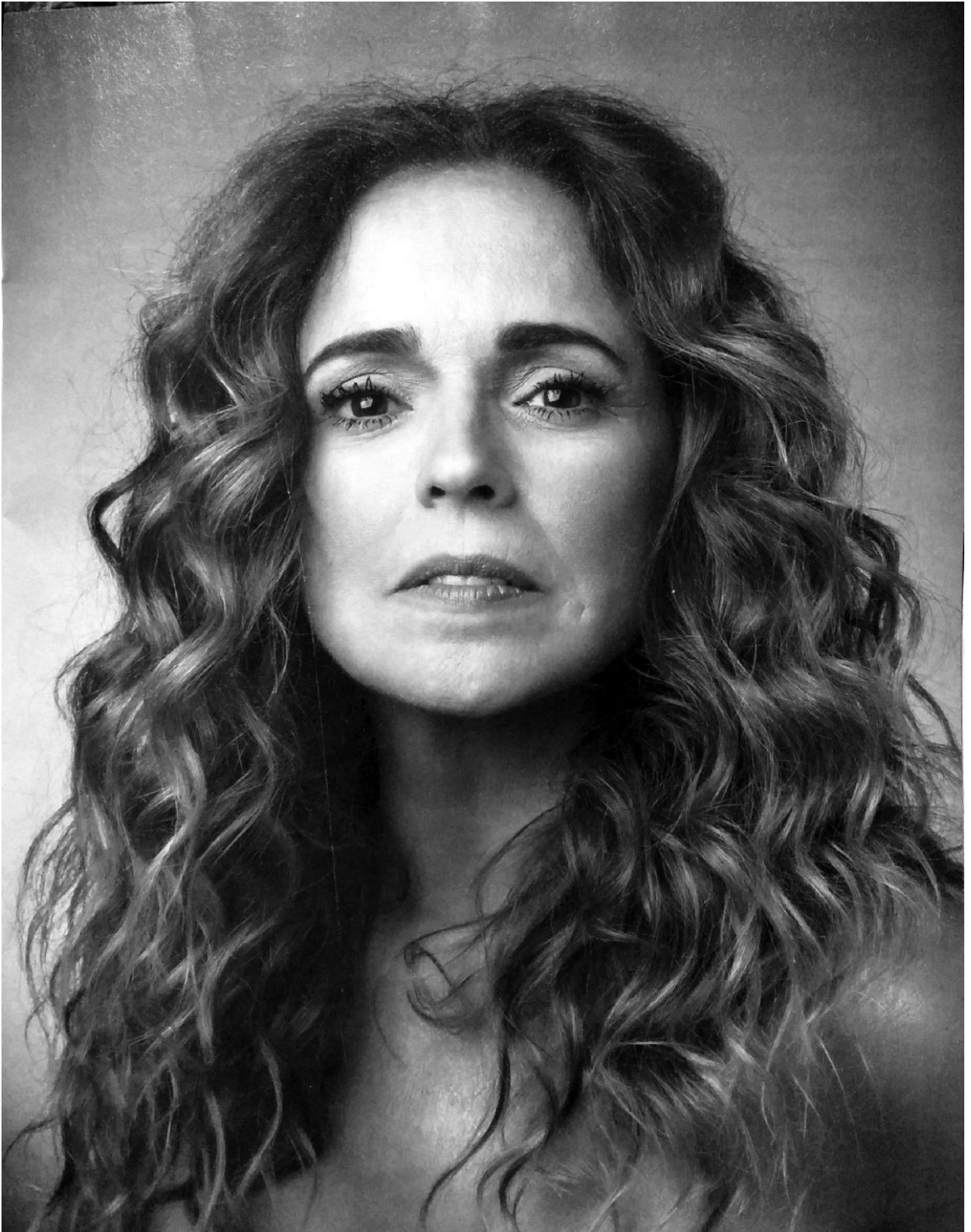
AOS 50 ANOS E COM O PRIMEIRO DISCO COMPLETAMENTE AUTORAL DA CARREIRA, DANIELA MERCURY IRRADIA DISCURSO IGUALITÁRIO COMO PORTA-VOZ DOS DIREITOS LGBT

---

POR MAURO FERREIRA  
FOTO RUI MENDES

ROLLING STONE BRASIL | 42 | [rollingstone.com.br](http://rollingstone.com.br)





Daniela  
Mercury

## “Esse disco é um manifesto”, conceitua Malu Verçosa Mercury, esposa de Daniela Mercury,



na mesa de um restaurante da zona oeste do Rio de Janeiro. A primeira palavra sobre *Vinil Virtual*, o primeiro álbum inteiramente autoral da discografia de Daniela, vem justamente da companheira dela. Malu já pode falar pela artista. A jornalista baiana é nome indissociável da história e da vida da cantora desde 3 de abril de 2013, quando Daniela postou uma foto das duas no Instagram com a legenda: “Malu agora é minha esposa, minha família, minha inspiração pra cantar”. A exposição da união homoafetiva mobilizou o Brasil, virou assunto do *Jornal Nacional* e foi parar na capa de duas revistas semanais, devolvendo à cantora uma visibilidade que ela até então somente tivera ao longo da década de 1990, quando se tornou o nome mais popular e com maior prestígio dentro do universo da música pop baiana rotulada como axé music.

Ao longo destes quase três anos com Malu, Daniela se tornou uma das mais ouvidas porta-vozes da luta contra o preconceito dirigido a lésbicas, gays, bissexuais, travestis, transexuais e transgêneros – a população englobada pela sigla LGBT. Embaixadora (ao lado de Malu) da campanha Livres &

Iguais, da Organização das Nações Unidas, Daniela tem saído em defesa das minorias em escala mundial. Em 20 de novembro, as duas deram um beijo na boca em solenidade na sede da ONU, em Nova York, onde foram participar de debate sobre os direitos da população LGBT na América Latina. No evento, a cantora lançou o clipe de “Maria Casaria”, música de *Vinil Virtual* que vai ser usada pela ONU em campanha contra

“Numa sociedade que é machista, e que não percebe o quanto é machista, um caso de amor entre duas mulheres é uma afronta ao poder do homem”

a homofobia. A composição foi feita por Daniela especialmente para Malu.

Na música, a voz da baiana já transcendeu rótulos e as fronteiras de seu estado natal, ainda que gravite orgulhosamente em torno da produção afropop de Salvador. “Minha obra me desnuda mais do que a foto da capa do disco”, avalia a cantora. Daniela se refere à imagem clicada por Célia Santos que está exposta na capa do novo trabalho. A artista aparece nua, abraçada à esposa, reproduzindo a icônica pose de John Lennon e Yoko Ono registrada por Annie Leibovitz no último ensaio fotográfico de Lennon, que se tornou capa da edição 335 da *Rolling Stone* norte-americana (janeiro de 1981). “Nada melhor do que a arte para manifestar o que penso. A imagem da capa fala por si só”, diz Daniela. “Já fui convidada diversas vezes para posar nua para a [revista] *Playboy* e nunca quis. Agora uso meu corpo para fazer um manifesto pacifista e político contra a homofobia. Com essa foto, eu me posiciono mais uma vez de uma forma bela, amorosa. O amor é o grande elemento da transformação.”

**N**ASCIDA HÁ 50 ANOS EM UMA família de classe média de Salvador, Daniela Mercury de Almeida Verçosa tem se posicionado de maneira veemente desde que se entende por gente. “Tenho noção do meu poder desde pequena. Nunca levei desaforo para casa e nunca deixei de ocupar os lugares que queria ocupar por causa do preconceito alheio”, afirma a artista. “Quando eu anunciei meu casamento com Malu no Instagram, houve muita especulação de que eu estaria me promovendo com minha união com ela. Também ouvi gente dizer: ‘Não fala muito sobre isso, porque você pode estragar a carreira’. Teve quem questionasse: ‘Por que você não vive escondida esse amor?’ Para quem mandou eu me esconder, eu me mostro nua. Tenho uma noção clara do mundo em que eu vivo. Muitas pessoas começaram a falar atrocidades na internet. Mas não vou me esconder. Numa sociedade que é machista, e que não percebe o quanto é machista, um caso de amor entre duas mulheres é uma afronta ao poder do homem. Eu tive que vir nua na capa para mostrar às pessoas que não vou obedecer aos hipócritas babacas e machistas que me disseram para ficar quietinha e calada.”

“O discurso de Daniela é o mesmo há 30 anos”, observa Malu Verçosa. Ela faz a afirmação com base em pesquisa de reportagens antigas sobre a esposa, cuja carreira começou nos anos 1980, década em que Daniela foi backing vocal da banda de Gilberto

Gil, artista baiano que ela reverencia em *Vinil Virtual* na música "De Deus, de Alah, de Gilberto Gil", gravada com a participação do cantor e compositor. O discurso até pode permanecer intocado. Mas essa moça de 50 anos está mesmo diferente, para referenciar o título do samba de Chico Buarque, cantor e compositor que teve seu nome associado ao de Daniela na mídia, na década de 1990, por causa de um suposto affair entre eles. A própria Daniela reconhece a diferença positiva. "Essa reviravolta na minha vida pessoal me deixou mais aguerrida. Eu também ganhei mais coragem na luta", observa a cantora.

De todo modo, Malu tem razão em apontar a coerência do discurso da esposa. Enquanto outras cantoras associadas ao gênero axé music parecem fazer discos com o mero intuito de vender abadás para os trios elétricos em que cantam no Carnaval da Bahia, Daniela sempre enxergou no canto da cidade de Salvador uma forma de dar visibilidade a compositores negros marginalizados dentro da indústria da música. Em 1992, quando foi contratada pela Sony Music, Daniela investia no gênero samba-reggae e ouviu de um diretor da gravadora que "Olodum já era". Sem dar ouvidos ao diagnóstico pessimista do executivo, ela apostou no som percussivo dos blocos afro da Bahia e ultrapassou 1 milhão de cópias vendidas com seu segundo álbum solo, *O Canto da Cidade* (1992), produzido por Liminha. O sucesso fenomenal do álbum amplificou uma popularidade que já chamara atenção dos em-

presários da gravadora quando, no início da tarde de 5 de junho de 1992, Daniela literalmente parou o trânsito da Avenida Paulista ao reunir cerca de 20 mil pessoas em show realizado no vão livre do Masp, o Museu de Arte de São Paulo. Foi essa proeza que lhe rendeu um contrato com a Sony.

De lá para cá, a cantora sempre se posicionou com a garra de uma Iansã guerreira,

vingadora dos fracos e oprimidos pelo sistema. "Iansã Guerreira" foi, inclusive, o epíteto que o jornalista e produtor musical carioca Nelson Motta deu a ela em artigo publicado no jornal *O Globo*. No texto, Motta saudava a chegada do canto solar da artista a um cenário musical então dominado por duplas sertanejas e por pagodeiros afastados da base percussiva do samba.

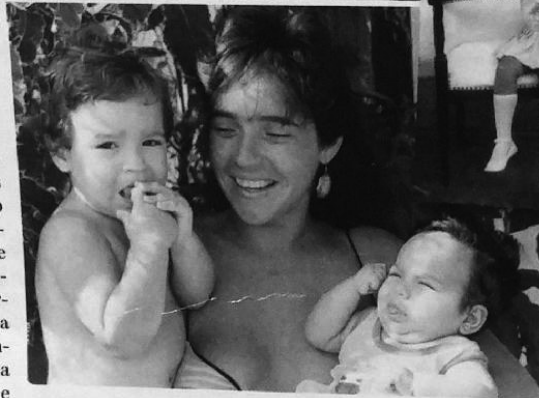
Daniela marcou posição inclusive nas capas de outros discos que lançou, em carreira fonográfica que completará 30 anos em 2018. Em *Feijão com Arroz* (1996), a cantora apareceu abraçada a um homem negro que muitos pensaram ser uma mulher. Em *Sol da Liberdade* (2000), fotografada por Mário Cravo Neto para a capa criada por Gringo Cardia, empunhava um galho seco que sugeria uma espada, mas o olhar pacífico eliminava qualquer intenção de guerra. "Ali eu representava uma iansã negra que libertava o Brasil da escravidão na comemoração dos 500 anos do país. A luta negra não é diferente da luta dos gays, das mulheres e de todos os seres humanos que não se sentem respeitados e representados dentro da sociedade machista", ressalta Daniela.

**D**ESDE QUE ASSUMIU A UNIÃO homoafetiva com Malu Verçosa, Daniela Mercury trava uma luta particular no cotidiano. No grupo de WhatsApp que reúne mães do colégio onde estuda a caçula das três filhas que adotou ao lado de Malu, houve quem tenha considerado imoral o beijo dado pelas atrizes Fernanda Montenegro e Nathalia Timberberg em cena do primeiro capítulo da novela *Babilônia*, exibida pela TV Globo em 2015. Daniela não se abalou e defendeu o direito dos que queriam acompanhar a novela. Já está acostumada a lidar com visões contrárias e segue marcando posição. "Uma parte da sociedade acha imoral o amor entre mulheres. Mas imoral é a violência. Ser lésbica é ser livre. Essa é a minha leitura da palavra lésbica. Volta e meia, me perguntam se o público dos meus shows ficou mais gay desde que eu assumi meu amor por Malu. Por que a gente sempre tem que segmentar tudo?", ela questiona, certa de



FAMÍLIA PLURAL

Malu e Daniela com as três filhas, Ana Isabel, Marcia e Ana Alice, no aniversário de 6 anos de Isabel, mesma idade da cantora na foto abaixo. Ela tem mais dois filhos, Gabriel e Giovana



## A Voz e o Violão do Axé

DVD celebra repertório de Daniela e covers em versão despida

Na turnê do show *A Voz e o Violão*, a cantora tem aproveitado o formato íntimo do recital para interagir com a plateia em apresentações que podem chegar perto das três horas de duração. Em cartaz pelo Brasil desde agosto de 2015, a performance será eternizada em 2016 nos formatos CD e DVD, em produção viabilizada por parceria da empresa da artista, a Páginas do

Mar, com o Canal Brasil. Antes mesmo de lançar o álbum *Vinil Virtual*, a baiana fez o registro audiovisual de *A Voz e o Violão* na cidade natal de Salvador, em 13 de novembro, em apresentação na sala principal do Teatro Castro Alves, palco no qual pisou pela primeira vez como bailarina aos 10 anos, em um espetáculo infantil de dança. "Para a gravação, eu alterei o roteiro. Tirei sucessos da

MPB e botei mais sambas-reggae. Ficou axé com voz e violão", explica a artista. A mudança não se restringiu ao setlist. Daniela também trocou de músico ao longo da turnê: saiu Alex Mesquita e entrou Alexandre Vargas, violonista e guitarrista que toca com a cantora há mais de 20 anos e que ficou com a incumbência de sintetizar, no toque do violão, a batida percussiva da axé music.

M.F.

## Daniela Mercury

que a resposta está nas raízes machistas da construção da sociedade.

Embaixadora da Unicef há 20 anos, Daniela também luta contra o trabalho infantil. Na sua casa, em Salvador, a batalha diária é exercida na educação das filhas. A caçula, Ana Isabel Verçosa de Sá Mercury, de 6 anos, já carrega o sobrenome de suas duas mães na certidão de nascimento. As mais velhas, Ana Alice e Márcia, de 14 e 17 anos, respectivamente, ainda não têm o mesmo sobrenome, mas é uma questão de tempo e de resolução dos trâmites judiciais. Mãe de outros filhos de casamento anterior, Gabriel Póvoas, de 30 anos, e Giovana Póvoas, de 23, Daniela acredita que seu atual esforço político pode englobar não só a música, como também a maternidade. Gabriel, por exemplo, virou parceiro na profissão, assinando duas canções de *Vinil Virtual*. Ele está em cartaz na Bahia com show em que canta o repertório da mãe.

De todo modo, a artista faz política sem tomar o lado de nenhum partido político. O contato maior é com colegas igualmente engajadas. Ela já participou de vários eventos na ONU em que teve oportunidade de conhecer pessoalmente mulheres artistas e ativistas como Yoko Ono e a cantora africana Angélique Kidjo. No Carnaval da Bahia, onde já tocou até música clássica do alto de seu trio elétrico, Daniela fez manifesto para que as pessoas não se xingassem por diferenças de cor ou origem. "Ninguém é igual a ninguém, mas nós todos somos iguais", discursava, recorrendo à sentença que costuma repetir na luta contra a opressão das minorias. Mas ela sabe que, na realidade cotidiana, uns se acham mais iguais do que outros. Por isso, se posicionou quando, ao ser convidada a participar de um seminário pró-LGBT promovido no Congresso Nacional pelo deputado baiano Jean Wyllys, gay assumido, soube que uma assessora de comunicação do Congresso se negou a veicular a imagem-convite do evento por considerá-la fora dos padrões (uma foto que mostrava um quase beijo de Malu e Daniela). "Eu e Malu demos um selinho no meio do seminário. Foi o primeiro beijo gay dado dentro do Congresso Nacional. Foi uma comoção", exulta.

Daniela saiu do armário. E luta para que outras pessoas façam o mesmo, sejam negros, sejam crianças e adolescentes que sofrem abuso sexual. "No caso das crianças, muitas vezes a violência é exercida por pessoas próximas. Há um medo de denunciá-las. É preciso estimular quem sofre violência a sair da escuridão e a ocupar seu lugar na sociedade. O medo tem atrapalhado a conquista dos direitos pe-

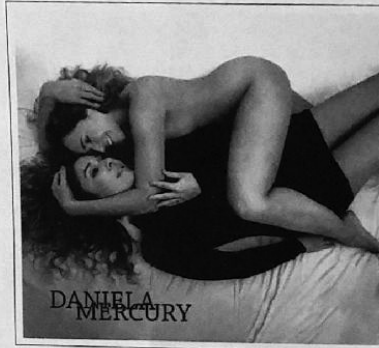
las minorias. O negro, por exemplo, não pode aceitar o lugar de exclusão que geralmente lhe é destinado", sentencia.

**A**O ASSINAR TODAS AS 15 MÚSICAS do álbum *Vinil Virtual*, sendo dez sem parceiros, Daniela vem ocupar o posto de compositora que, muitas vezes, lhe foi negado pela crítica, mais elogiosa quando a cantora dá voz a músicas de outros autores. "Eu escrevo desde menina e já era compositora desde a Companhia Clic (banda integrada por Daniela na segunda metade dos anos 1980, antes de sair em carreira solo). Ao completar 50 anos, em julho, disse para mim mesma que eu tinha de fazer tudo melhor do que antes", afirma. "Ninguém nunca me obrigou a gravar nada nestes anos todos de carreira solo. Quis ser, e fui, a porta-voz da afirmação do negro ao gravar compositores da Bahia que faziam uma música conectada com Salvador. Todos os conceitos dos meus discos e shows sempre vieram de mim. Mas agora quis ser integralmente compositora do meu trabalho. Até porque os compositores que me mandaram canções não traduziram em suas músicas o que eu queria dizer neste momento. Ao me assumir integralmente compositora, sou porta-voz do que penso."

Por falar o que pensa mesmo quando não é convidada a se pronunciar publicamente, Daniela tem consciência de que não é unanimidade no meio em que vive. Há quem a rotule como "metida" nos bastidores da indústria da música. "Não sou metida. É que eu não tenho a percepção do mundo que a sociedade espera de uma mulher. Se eu fosse homem, iam dizer que eu era uma pessoa séria porque me interessei por todos os aspectos do meu trabalho", se defende. "Ela é mais distraída do que metida", intervém Malu.

Metida ou distraída, Daniela Mercury é reconhecida de forma unânime como a cantora mais importante da controvérsia axé music, gênero que completou 30 anos em 2015. A artista sabe que transcende o ritmo, tendo deixado isso bem claro já no título do sexto álbum de estúdio, *Sou de Qualquer Lugar* (2001), batizado com o nome da música que

### Fora das Fronteiras Baianas



Geleia geral de *Vinil Virtual* inclui funk para o Rio de Janeiro e tributo a São Paulo

O anúncio do casamento de Daniela Mercury com Malu Verçosa em 2013 fez tanto barulho na mídia e nas redes sociais que abafou o disco que a cantora lançou naquele ano, *Daniela Mercury & Cabeça de Nós Todos*. Com a edição de *Vinil Virtual*, álbum que marca o ingresso da artista baiana na gravadora carioca Biscoito Fino, Daniela tenta novamente ser assunto por causa da música que faz e canta, e não pelas posições que tem tomado como cidadã do mundo. *Vinil Virtual* alinha 15 músicas assinadas por Daniela. Duas foram feitas ao lado de Marcelo Quintanilha ("Três Vozes" e "Minha Mãe, Minha Pátria"). Outras duas trazem também o nome de Gabriel Póvoas, filho mais velho da artista. Uma delas, "Senhora do Terreiro (Mãe Carmem)", manda um axé para a ialorixá

Carmem Oliveira da Silva, filha e espécie de sucessora da ialorixá conhecida como Mãe Menininha do Gantois na hierarquia do candomblé da Bahia. A outra, "Frogs in the Sky", tem versos em inglês. Das dez músicas assinadas somente por Daniela, a mais surpreendente é "O Riso de Deus", celebração da cidade do Rio de Janeiro feita na batida do funk carioca. Já "Antropofágicos São Paulistanos" reverencia, no ritmo baiano do axé, a multiplicidade de São Paulo. Primeiro disco solo de estúdio da cantora desde *Canibália* (2009), *Vinil Virtual* também traz declarações de amor a Malu em forma de música. "Sem Argumento" e "Maria Casaria" são poemas escritos pela compositora para a esposa que ganharam melodias posteriores. M.F.

ganhou dos compositores Lenine e Dudu Falcão. No entanto, ao mesmo tempo, afaga a Bahia que lhe deu régua, compasso e a música-base de seu repertório. “A Bahia é a Península Ibérica do Brasil. Tudo que passa por lá vira baiano, numa celebração antropofágica”, acredita a filha de São Salvador, alimentando o mito de que a Bahia é a terra da felicidade, como já descreveu samba de Ary Barroso.

Cantora que sempre valorizou as vozes de seu estado natal e o batuque dos blocos afro de Salvador (“No meu disco, o repique é tocado como é tocado no bloco Ilê Aiyê”, avisa, com orgulho), Daniela sabe que a axé music é gênero de importância minimizada por quem escreve a história oficial da música do Brasil. E tem discurso para explicar tal desdém: “O legado do axé é a alegria, e eu venho celebrando estes 30 anos de axé. Mas alegria é algo que muita gente rechaça e desdenha, porque entende que essa alegria faz a gente ser intelectualmente menor. Por aqui, parece que dançar é pecado”.

Daniela dança, inclusive por ter formação acadêmica de bailarina, mas não dança conforme a música. Tropicalista pela própria natureza baiana, a artista já pôs até música eletrônica no trio elétrico, no início dos anos 2000, quando a pista das raves jamais tinha sido amarrada ao cordão dos trios elétricos. A cantora, aliás, adora viver sob a temperatura tropical e a efervescência cultural do Brasil. “Aqui quase não tem frio, exceto no Sul. A gente vive no melhor lugar do mundo e resmunga. Vamos ser tropicalistas, antropofágicos”, propõe.

Mesmo com essa fome pela mistura, a criadora do álbum *Canibália* (2009) se recusa a engolir a corrupção que infesta a política do Brasil. E não se deixa arrastar emocionalmente pelo mar de lama e óleo sujos que inundaram o país nos últimos anos. “Por mais que uma porção da sociedade seja corrupta, a gente não pode se sentir emocionalmente destruído. Parte dos líderes políticos do país não representa o que é a maioria do povo brasileiro. Apesar de a gente sentir um certo desencanto com tudo isso, nosso povo não é responsável por nosso sistema político ter tão pouca ética e ser pautado por trocas de favores, propinas. A questão é estrutural”, resume, no mesmo tom

**CARREIRA POTENTE**  
O histórico show no vão do Masp, em 1992. (Abaixo) Na turnê do disco *Canibália* (2009)



“Eu sou uma artista que convoca a população a pensar em si mesma. Proponho um poder afetivo, tropical, humanizado”

firme com que fala de seu posicionamento em favor dos direitos LGBT.

Dentro dessa estrutura corrompida, a artista alivia o lado da presidente Dilma Rousseff. “Ela tentou organizar o que não era possível organizar. Dilma já chegou questionada ao poder, pegando a rebarba de uma crise mundial. Lula pegou um país organizado. Ela pegou a rebarba da crise. Como gosto da alternância de po-

der, eu celebri a chegada de Fernando Henrique Cardoso, de Lula e de Dilma à presidência. Até por ser mulher, eu me emocionei quando ela assumiu. Mas nunca fiz campanha política para Dilma nem para ninguém. Tampouco sou partidária ou afiliada de algum partido político. Sinto muito que essa bolha tenha estourado com Dilma e lamento que os políticos do Congresso Nacional se deem o direito de não votar questões que são essenciais para a

população. Lá dentro, parece que tem somente briga de torcida. E eles não podem parar o Brasil porque estão zangados uns com os outros. Com essa situação, o povo brasileiro está abatido, está precisando de axé, de um novo ‘Canto da Cidade’”, avalia, aludindo à música de Tote Gira, finalizada por Daniela, que projetou a cantora no Brasil de forma definitiva, em 1992, e que batizou o disco recordista de vendas naquele ano.

**D**ANIELA QUER E PRECISA SE EXPRESSAR. De volta ao assunto dominante na entrevista – que mais parece um monólogo, cortado por intervenções de Malu e da reportagem –, fala novamente das tomadas de posição que tem na vida e na música. “Eu sou uma artista que convoca a população a pensar em si mesma. Proponho um poder afetivo, tropical, humanizado. A Rainha Má vem à cena dizer que a gente tem que acreditar mais na gente e que o brasileiro tem que ter mais fé em si mesmo”, adverte.

Rainha Má é a personagem encarnada por Daniela Mercury no baile-show que criou para divulgar o álbum *Vinil Virtual* e que saiu em turnê pelo Brasil antes mesmo do lançamento do disco, que tem produção da artista ao lado de Yacoe Simões. A personagem existe desde novembro de 2014, quando a cantora lançou na internet a música “A Rainha do Axé”, reivindicando para si o trono que, a rigor, nunca foi ocupado por sucessoras, como Ivete Sangalo e Claudia Leitte. “A arte é revolucionária, transformadora”, repete. Rainha das opiniões, dadas com ou sem consentimento alheio, Daniela Mercury de Almeida Verçosa segue sua sina, falando sobre o que acredita, irradiando de maneira solar, como faz na música, a liberdade do próprio pensamento. ☪

