



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DE CAMPINAS
INSTITUTO DE ESTUDOS DA LINGUAGEM
LABORATÓRIO DE ESTUDOS AVANÇADOS EM JORNALISMO**

JULIANA ANDREOTTI DAMANTE

**JORNALISMO LITERÁRIO EM CENÁRIOS DISRUPTIVOS DIGITAIS NO BRASIL:
TRAJETOS**

**CAMPINAS,
2019**

JULIANA ANDREOTTI DAMANTE

**JORNALISMO LITERÁRIO EM CENÁRIOS DISRUPTIVOS DIGITAIS NO BRASIL:
TRAJETOS**

Dissertação apresentada ao Laboratório de Estudos Avançados em Jornalismo, do Instituto de Estudos da Linguagem da Universidade Estadual de Campinas como parte dos requisitos exigidos para obtenção do título de Mestra em Divulgação Científica e Cultural, na área de Divulgação Científica e Cultural.

Orientador: PROF. DR. CELSO LUIZ FIGUEIREDO BODSTEIN

ESTE EXEMPLAR CORRESPONDE À VERSÃO FINAL DA DISSERTAÇÃO DEFENDIDA PELA ALUNA JULIANA ANDREOTTI DAMANTE, E ORIENTADA PELO PROF. DR. CELSO LUIZ FIGUEIREDO BODSTEIN.

**CAMPINAS,
2019**

Ficha catalográfica
Universidade Estadual de Campinas
Biblioteca do Instituto de Estudos da Linguagem
Leandro dos Santos Nascimento - CRB 8/8343

D18j Damante, Juliana Andreotti, 1985-
Jornalismo Literário em cenários disruptivos digitais no Brasil : trajetos /
Juliana Andreotti Damante. – Campinas, SP : [s.n.], 2019.

Orientador: Celso Luiz Figueiredo Bodstein.
Dissertação (mestrado) – Universidade Estadual de Campinas, Instituto de
Estudos da Linguagem.

1. Comunicação. 2. Jornalismo e literatura. 3. Jornalismo eletrônico. I.
Bodstein, Celso. II. Universidade Estadual de Campinas. Instituto de Estudos
da Linguagem. III. Título.

Informações para Biblioteca Digital

Título em outro idioma: Literary Journalism in digital disruptive scenarios in Brazil : paths

Palavras-chave em inglês:

Communication

Journalism and literature

Online journalism

Área de concentração: Divulgação Científica e Cultural

Titulação: Mestra em Divulgação Científica e Cultural

Banca examinadora:

Celso Luiz Figueiredo Bodstein [Orientador]

Monica Martinez

Cyntia Belgini Andretta

Data de defesa: 26-08-2019

Programa de Pós-Graduação: Divulgação Científica e Cultural

Identificação e informações acadêmicas do(a) aluno(a)

- ORCID do autor: <https://orcid.org/0000-0003-0647-4007>

- Currículo Lattes do autor: <http://lattes.cnpq.br/7053542961511498>



BANCA EXAMINADORA

Celso Luiz Figueiredo Bodstein

Cyntia Belgini Andretta

Monica Martinez

**IEL/UNICAMP
2019**

Ata da defesa, assinada pelos membros da Comissão Examinadora, consta no SIGA/Sistema de Fluxo de Dissertação/Tese e na Secretaria de Pós Graduação do IEL.

O jornalismo, em parte, tem sido vítima e cúmplice dessa verborragia, dessa excessiva valorização da palavra dita. O jornalista é reduzido a um compilador de monólogos, a um aplicador de aspas em série. Especialmente se só pode contar com palavras transmitidas por telefone ou por e-mail. Fulano disse, sicrano afirmou. A vida é bem melhor do que isso. O dito, muitas vezes, tão importante quanto o não-dito, que o entrevistado deixa de dizer, o que omite. É preciso calar para ser capaz de escutar o silêncio. Olhar significa sentir o cheiro, tocar as diferentes texturas, perceber os gestos, as hesitações, os detalhes, apreender as outras expressões do que somos. Metade (talvez menos) de uma reportagem é o dito, a outra metade o percebido. Olhar é um ato de silêncio.

Eliane Brum

AGRADECIMENTOS

Sou filha de professores. Fui criada por pais que foram exemplo e fizeram de tudo pela minha educação. Hoje sei o quanto lutaram para que o estudo fosse meu escudo de vida. Sou irmã de professora. Horas de nerdices sem fim e companherismo. Sou esposa de professor de educação formal e não formal. Uma felicidade aumentar a biblioteca ao seu lado e ampliar diariamente as discussões, críticas e, principalmente, as poesias internas de narrativas sem fim.

Agradeço meu orientador Prof. Celso Bodstein, que mesmo antes de ser orientador, foi meu professor na Graduação, também foi colega de trabalho quando dividíamos a sala dos fundos da Rádio Educativa junto ao arquivo de cds e um ventilador antigo e tomávamos muito café divagando sobre fractais. Abraçou meu projeto, concedendo a mim toda a liberdade de escolha, sem amarras.

Sou muito grata a todos os ensinamentos do eterno mentor Edvaldo Pereira Lima, com quem tive a honra de ter aula tantas vezes e, acima de tudo, absorver ensinamentos infinitos de vida além terra, uma extensão possível do Jornalismo Literário!

Uma gratidão imensa à Profa. Monica Martinez, que abriu as portas do mundo acadêmico do Jornalismo Literário com muito carinho, sempre acolhendo e incentivando. Lê-la como bibliografia básica não chega nem perto de ter a honra de ouvir ao vivo seus ensinamentos.

A todos os colegas de profissão e os aventureiros que acreditam, se dedicam e buscam no Jornalismo Literário um suspiro para ampliar as histórias de vidas reais e poesias internas de todos nós.

RESUMO

Este trabalho visa ao início de um estudo acerca de aspectos do panorama do Jornalismo Literário (JL) brasileiro no ambiente digital a partir do *corpus* de amostras qualitativas de quatro veículos independentes de comunicação - BRIO, Calle2, Revista Sentido, Risca Faca - que nasceram com a intenção de sobreviver publicando conteúdos de “jornalismo narrativo”, “assuntos do cotidiano com profundidade”, “jornalismo aprofundado”, “jornalismo de fôlego”. O embasamento teórico está fundamentado em Lima, Martinez, Bak e Marino. A abordagem metodológica é a de Análise de Conteúdo, a partir dos aspectos de Bardin, sob a perspectiva dos dez pilares do Jornalismo Literário, por meio de Lima e Martinez. Com o advento da Internet sob a visão de Castells e Lévy, esta pesquisa se faz importante em um momento em que os veículos impressos vêm se tornando obsoletos e, ao mesmo tempo, abrem possibilidades futuras para publicações de narrativas da realidade no mundo online. Os resultados trazidos a partir das análises e principalmente das entrevistas com os fundadores mostram que nenhum deles sobreviveu por falta de estrutura financeira, e não por falta de um bom conteúdo. Neste sentido, investiga-se uma hipótese de que o modelo de negócio, aliado às estruturas textuais do Jornalismo Literário, só irá dar certo se estiver consolidado financeiramente seguindo novos modelos de negócio disruptivos, aqueles mantidos pelo leitor com assinaturas pontuais, via patrocinador (investidor anjo) ou outras fontes de renda. A partir disso, vislumbra-se uma ampliação futura da discussão.

Palavras-chave: Comunicação. Jornalismo Literário. Jornalismo Digital. Modelo de negócio disruptivo.

ABSTRACT

This paper aims at the beginning of a study about aspects of Brazilian Literary Journalism (JL) in the digital environment from the corpus of qualitative samples of four independent communication vehicles – BRIO, Calle2, Revista Sentido, Risca Faca - who were born with the intention to survive by publishing contents of "narrative journalism", "subjects of daily life with depth", "deepening journalism", "journalism of breath". The theoretical basis is based on Lima, Martinez, Bak and Marino. The methodological approach is that of Content Analysis, from the aspects of Bardin from the perspective of the ten pillars of Literary Journalism, through Lima and Martinez. With the advent of the Internet under Castells and Lévy vision, this research becomes important at a time when print vehicles are becoming obsolete and, at the same time, opening future possibilities for publishing narratives of reality in the online world. The results of the analyzes and mainly the semi-structured interviews with the founders show that none of them survived due to lack of financial structure, and not for lack of good content. In this sense, we investigate a hypothesis that the business model, coupled with the literary structures of Literary Journalism, will only work if it is financially consolidated following new disruptive business models, those maintained by the reader with punctual signatures, via a sponsor or other sources of income. From this, a future enlargement of the discussion is envisaged.

Keywords: Communication. Literary Journalism. Digital Journalism. Disruptive business model.

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Associação dos 10 pilares do JL no BRIO	53
Quadro 2 – Associação dos 10 pilares do JL na Calle2	59
Quadro 3 – Associação dos 10 pilares do JL na Revista Sentido	63
Quadro 5 – Associação dos 10 pilares do JL nos quatro veículos	70
Quadro 6 – Associação dos 4 veículos	73

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	11
1. JORNALISMO LITERÁRIO, A ESCRITA E A ARTE DE CONTAR HISTÓRIAS	22
1.1. O Jornalismo Literário no Brasil e a pós-modernidade.....	27
1.2. Jornalismo Literário brasileiro digital	37
1.3. Os dez pilares do Jornalismo Literário na sociedade pós-moderna.....	41
2. OS VEÍCULOS BRIO, CALLE2, REVISTA SENTIDO E RISCA FACA	51
2.1. BRIO	51
2.2. Calle2.....	55
2.3. Revista Sentido	61
2.4. Risca Faca	65
CONSIDERAÇÕES FINAIS	69
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	75
APÊNDICES	80
APÊNDICE A – Entrevista realizada com Thais Pegoraro, personagem	80
APÊNDICE B – Entrevista realizada com Guilherme Soares, jornalista literário.....	83
APÊNDICE C – Entrevista realizada com Sibebe Oliveira, fundadora	88
APÊNDICE D – Entrevista realizada com Caio Maia, fundador	93
APÊNDICE E – Entrevista realizada com Edvaldo Pereira Lima, escritor, jornalista e professor universitário	96
APÊNDICE F – Entrevista realizada com Ana Magalhães, fundadora.....	100
APÊNDICE G – Entrevista realizada com Breno Costa, fundador	107
APÊNDICE H – Relatos da pesquisadora.....	112
ANEXOS	115
ANEXO A – Atestado de Edvaldo Pereira Lima	115
ANEXO B – Excertos da aula de Edvaldo Pereira Lima.....	116

INTRODUÇÃO

Humaniza-dor. Seria interessante pensar que a imprensa poderia ser uma ferramenta que humaniza a dor, não seria? Não. Não seria. Porque uma vez que estamos falando de jornalismo, ele geralmente tem que ser frio, truculento, dolorido, rápido e nervoso. É? Sim. Nele está a fonte oficial, institucional, e nada mais. Por quê? Para quê? Apenas dentro dele estão os fatos? Qualitativas e quantitativas, deveras, e nada mais. Tem gente aí? Tem sangue quente nessas linhas, tem? Se começarmos a encarar um texto onde temos personagens e não fontes, já conseguiremos achar heróis com nome de João, Maria, Serafins e tantos outros anônimos de Brasília. É assim que começamos a ampliar os horizontes para o além-possível e entendemos que o Jornalismo Literário é capaz de fazer a imprensa mergulhar mais a fundo em uma longa realidade, nua e crua, de muitas histórias ocultas, jamais rasas.

Leitura que faz chorar. Texto que conduz, alma que abraça. Linhas reais e verdadeiras ainda mais profundas. Diálogos de vida, travessão. Com licença, seu moço. Dona Maria, vou entrar na sua casa. Posso me sentar? Sim, aceito um café coado com açúcar, do jeito que achar melhor. É assim que se pede licença para contar a história de alguém. É com zelo, carinho, intenção de ouvir. E não falar. Mais ouvidos atentos, mais silêncio daqui. Mais receptor de mensagem, muito, mas muito menos inserção. Lidar com o silêncio.

Eduardo Coutinho, cineasta brasileiro, em uma de suas entrevistas sobre a criação do filme *Edifício Master*, concedida na Festa Literária Internacional de Paraty (2013), falou sobre a dificuldade que tinha ao entrevistar um personagem e esperar pelo seu silêncio sem fazer nenhum tipo de interferência. Sem referência. Aguentar ali, firme. Porque qualquer pontuação sua iria mudar a linha de raciocínio do entrevistado. Iria mudar aquele momento, e, conseqüentemente, aquela história.

E a vida também é feita de silêncios. E a beleza está em poder colocar em palavras e linhas o respeito pelo silêncio do outro. Quando pensamos em Jornalismo Literário, pensamos também nos silêncios e respiros. Como descrevê-los em palavras? Como colocar espaço entre os dentes e a língua? Trazer para o leitor o tamanho da realidade que está naquele suspiro? Sim, temos que falar de silêncios por dentro e o que resplandece por fora. Não é possível perder um parágrafo de realidade sem contar linhas de pensamentos. Relatos. Observações. São muitos os exercícios feitos por um artesão de histórias, um contador de narrativas, um historiador

disfarçado de jornalista, um sociólogo questionador de silêncios, um entendedor de travessões?

Manoel de Barros¹ nos permitiria chamar jornalistas literários assim.

– Um apanhador de silêncios.

– Um contador de travessões.

A beleza do “relato puro” está no respeito ao outro, seja ele vestido do que for. Sejam eles e elas onde estiverem. Sempre pelo sangue que pulsa uma história, uma vida, um momento, o ápice, o desfecho. Esse jornalismo é muito mais realidade. Ele é capacidade de entreter leitores com histórias reais. Sabe quando acaba um filme e aparece na legenda “baseado em histórias reais”? Não é muito mais interessante de se ver, ler, sentir? Sentimos as lágrimas muito mais *al dente*. Quase prontas para provar. Temperos não faltam naquele momento.

A primeira motivação pessoal que existe por este estudo proposto nasceu ainda na época da Graduação, nas aulas de Criatividade em Jornalismo, ministradas pelo Professor Dr. Celso Luis Falaschi², na PUC-Campinas. Todos os encontros eram realizados dentro do teatro com a proposta de que os alunos ocupassem espaços diferentes que os motivassem à abertura do canal criativo e da tela mental. Havia muito espaço no chão, liberdade de criação de movimentos, uso de instrumentos como bolas, fitas, lápis colorido, escrita no papel, entre tantos outros estímulos sensoriais.

Foi ali que ficou claro que a busca por algo além do *hard-news*³ existia. O encontro com as novas possibilidades de juntar as técnicas da literatura com os fatos do jornalismo. Ver o mundo com profundidade, buscar a beleza nos fatos e, acima de tudo, nas pessoas. Contar histórias de vidas fascinantes de heróis comuns. Apresentar realidade de forma diferente, sem torná-la ficção.

Resistir.

Fazer algo diferente, criar novos conceitos, reverberar outro olhar.

¹ Poeta brasileiro do século XX que fez parte da chamada geração pós-modernista, mais precisamente da Geração de 45.

² Possui graduação em Comunicação Social Jornalismo pela Pontifícia Universidade Católica de Campinas (1982), mestrado em Educação pela Pontifícia Universidade Católica de Campinas (1996) e doutorado em Psicologia pela Pontifícia Universidade Católica de Campinas (2005). Foi presidente da Academia Brasileira de Educação e Jornalismo Literário. Tem experiência na área de Comunicação, com ênfase em Jornalismo Impresso, atuando principalmente nos seguintes temas: livro-reportagem, educação, criatividade, comportamento e jornalismo literário. Atua em cursos de pós-graduação lato-sensu em Arteterapia.

³ Na tradução do inglês, tem o sentido de notícia importante. Designa o relato objetivo de fatos e acontecimentos relevantes para a vida política, econômica e cotidiana.

Assim, este trabalho propõe a estudar e analisar...

Resistir.

Assim, este trabalho propõe a estudar e analisar...

Resistir.

Falar do nicho, dentro do nicho. Do que ninguém pode estar falando no gerúndio. Ainda provocar e cavoucar o pensamento de forma ampla. Essas linhas e mente giram como *looping* em ano de eleição presidencial. Essas páginas podem ser consideradas (por que não?) como um estudo de resistência às mudanças dogmáticas e pragmáticas pelas quais o país está passando ao longo desses anos, principalmente com a imprensa e a política em pauta, andando (armadas) e de mãos dadas nestes últimos anos, enquanto esta dissertação está sendo gerada.

O segundo critério para a escolha deste projeto iniciou-se lá atrás, ao longo da realização do curso *latu sensu* de especialização em JL pela Academia Brasileira de Jornalismo Literário (ABJL), concluído por esta pesquisadora no ano de 2010. No entanto, o ingresso na área acadêmica não foi imediato e só ocorreu posteriormente, quando houve a escolha do *corpus* desta pesquisa em 2016/2017, momento este em que a pesquisadora passou a colaborar como jornalista literária para a Calle2 e Revista Sentido, dois dos veículos digitais independentes a serem analisados neste trabalho.

Tais experiências tornaram o início da pesquisa ainda mais dinâmico, uma vez que foi possível aproximar o convívio de outros profissionais da área de comunicação que estavam criando novas possibilidades para o mercado de atuação jornalística e, assim, trazer evidências atuais para o estudo.

Um pouco antes, no ano de 2013, vários movimentos estudantis eclodiram no Brasil como as Jornadas de Junho⁴ e, junto desse momento de efervescência, novos modelos de empresas de comunicação passaram a surgir, como o Mídia NINJA. O coletivo é uma rede de comunicação livre que busca novas formas de produção e distribuição de informação a partir das novas tecnologias e de uma lógica colaborativa de trabalho. A sigla NINJA significa “Narrativas independentes, Jornalismo e Ação” e o veículo sobrevive de financiamentos coletivos e doações voluntárias da população.

⁴ Também conhecida como a Manifestação dos 20 centavos, consistiu em mobilizações que aconteceram em todo o país para contestar os aumentos das tarifas de transporte público.

Na sequência, na virada do ano de 2014 para 2015, houve o agravamento da crise das redações brasileiras com cortes, demissões e fechamento de veículos, momento esse que culminou no surgimento de uma nova geração do jornalismo. A taxa de desemprego no Brasil em 2015 ficou em 7,9%⁵ e foi mais alta que os dois anos anteriores. Esse cenário favoreceu a crise do modelo de negócios e, conseqüentemente, o questionamento sobre o formato do conteúdo jornalístico.

Almeida (2018) aponta, em estudo amplo sobre o momento de demissões no país, que de acordo com o Volt Data Lab⁶, banco de dados da agência independente de jornalismo, entre os anos de 2012 e 2017, “mais de 2 mil jornalistas foram dispensados das redações e quase 6,8 mil profissionais perderam empregos nos grupos de mídia brasileiros” (p. 14).

São duas crises diferentes, mas que, juntas, trouxeram à tona a criatividade e a vontade do novo. Na ocasião, os jornalistas que saíram das grandes redações se organizaram e criaram inúmeros movimentos independentes no modelo de startups de conteúdo e os quatro veículos escolhidos para serem analisados nessa pesquisa são um pequeno recorte representativo das plataformas digitais que surgiram.

Importante ressaltar que além de BRIO, Calle2, Revista Sentido e Risca Faca, devemos também citar projetos de grande representatividade como o Fluxo⁷, Nexo⁸, Jornalistas Livres⁹, Think Olga¹⁰, Amazônia Real¹¹, mas que não tiveram foco em publicações de histórias da vida real ou conteúdos que fossem construídos sob os pilares do Jornalismo Literário (LIMA, 2009; MARTINEZ, 2016).

Por conta dos motivos apresentados, esse período de recorte se torna obrigatório para esta pesquisa. Em um momento crucial em que os veículos impressos vêm se tornando obsoletos¹², como aponta o projeto Atlas da Notícia¹³ – iniciativa do

⁵ Dados do IBGE ano-base 2015.

⁶ Agência independente de jornalismo e tecnologia que produz análises, reportagens, investigações, relatórios, levantamentos e metodologias baseadas em dados, aplicando esse conhecimento para redações, ONGs, projetos de mídia, empresas de comunicação e terceiro setor no Brasil e no exterior.

⁷ Disponível em: <http://www.fluxo.net>. Acesso em: 10 mar. 2019.

⁸ Disponível em: <https://www.nexojournal.com.br>. Acesso em: 10 mar. 2019.

⁹ Disponível em: <https://medium.com/jornalistas-livres>. Acesso em: 10 mar. 2019.

¹⁰ Disponível em: <https://thinkolga.com>. Acesso em 10 mar. 2019.

¹¹ Disponível em: <http://amazoniareal.com.br>. Acesso em: 10 mar. 2019.

¹² Segundo dados da última pesquisa publicada em novembro de 2018, foram 81 veículos jornalísticos, a maioria impressos, fechados desde 2011. Os estados mais afetados foram São Paulo (31) e Minas Gerais (27). Tais dados se baseiam num levantamento próprio e em informações da Associação Nacional de Jornais (ANJ).

¹³ Disponível em: <https://www.atlas.jor.br/jornais-online>. Acesso em: 16 fev. 2018.

Observatório da Imprensa que mapeia a imprensa local e regional do Brasil –, a internet se junta ao time dos vencedores e faz o jogo virar, abrindo horizontes para futuras (ou já atuais) publicações de narrativas da realidade no mundo online, usando modelos textuais diferentes. Um dos termos mais recentes usados para o estudo desse formato de jornalismo é o *longform* (LONGUI; WINQUES, 2015, MARTINEZ, 2017; FIDELIS, 2018).

Em alguns momentos, se apresenta como sinônimo do Jornalismo Literário (MARTINEZ, 2017), sendo que no jornalismo *longform*, segundo Fidelis (2018, p. 36), “o método como o jornalista constrói a reportagem teria uma especial importância, já que precisa informar com qualidade e de maneira atrativa para que o leitor não perca o interesse em continuar lendo a reportagem”.

Desde meados da década de 2010, pelo menos, o jornalismo brasileiro nos meios digitais vem mudando e podemos notar que os tipos de publicações possibilitam um mergulho mais profundo na história e requerem uma edição diferenciada em relação ao formato, para ficarem ainda mais atrativas. Em termos de linguagem, é possível explorar todos os recursos multimídias existentes nos meios digitais: vídeo, fotografia, infográficos e som.

Em pesquisa recente, na qual se fez um estudo amplo sobre os aspectos do Jornalismo *Longform*, Fidelis (2018) aponta duas iniciativas estadunidenses marcantes que exemplificam a crescente da modalidade e também do termo: o site longform.org¹⁴ e o *The Feature*¹⁵, aos quais é possível submeter artigos jornalísticos em formato longo.

Sob a visão de Ferrari (2017), os primeiros passos da internet brasileira e o início dessa transformação digital comunicacional no Brasil foram feitos pelos grandes portais noticiosos de comunicação, como Organizações Globo, o Grupo Estado, o Grupo Folha e a Editora Abril:

De 1997 até o final de 2000, os grandes sites de conteúdo brasileiro, assim como os norte-americanos, miraram sua pontaria na oferta abundante de conteúdo, muito mais voltado ao volume de notícias do que ao aprofundamento da matéria. Se olharmos o cenário a partir de 2001, no entanto, percebemos que a internet abandonou o *glamour* de 2000, quando todo proprietário de site imaginava que, com pouco investimento e muita

¹⁴ O projeto tem três anos e tem patrocínio da University of Pittsburgh (EUA), cujos alunos são responsáveis pelas publicações. O site está disponível em: <https://longform.org>. Acesso em: 6 jun. 2019.

¹⁵ Disponível em: <http://thefeature.net>. Acesso em: 6 jun. 2019.

criatividade, ficaria rico e faria com que seu site figurasse como case de sucesso nas revistas especializadas. O mercado passou a preocupar-se mais seriamente com a integração entre conteúdo de qualidade, *design* acessível e viabilidade financeira (FERRARI, 2017, p. 28).

O método de análise utilizado neste estudo foi o de Bardin (2016), a partir de um conjunto de técnicas de análise e sistematização de narrativas. Além disso, a metodologia terá um desdobramento de análises textuais do *corpus*, a partir dos dez pilares do Jornalismo Literário, segundo Lima (2009) e Martinez (2016). Os quatro textos escolhidos para análise fizeram parte de uma leitura flutuante de publicações desde o início da primeira divulgação do veículo até a última publicação quando encerraram as atividades.

A escolha do *corpus* final – os quatro veículos de comunicação mencionados – foi resultado de uma pesquisa ampla, a partir da qual se obteve conhecimento da recente publicação do Mapa do Jornalismo Independente Brasileiro¹⁶. O projeto da Agência Pública é um tipo de “mapa” interativo em que são selecionados projetos coletivos que não estão obrigatoriamente ligados a grandes grupos de mídia, políticos, organizações ou empresas e que tenham nascido já no mundo digital. Blogs também não são contemplados por tendenciarem a possíveis opiniões, segundo a descrição dos critérios do Mapa.

Vale ressaltar que a Agência Pública é a primeira agência de Jornalismo Investigativo sem fins lucrativos, fundada em 2011 e apenas por mulheres. Seu foco está em apurar e publicar grandes reportagens que tenham por princípio a defesa dos direitos humanos. Fazem parte de seu Conselho jornalistas como Eliane Brum, Eugênio Bucci e Ricardo Kotscho.

Seu conteúdo é totalmente gratuito. O leitor interessado em ajudar financeiramente pode fazer doações nos valores desejados, apenas clicando no menu, no item “doe”. O projeto recebe ajuda de financiadores fixos que apoiam as causas dos direitos humanos, do jornalismo investigativo e da mídia independente, como Ford Foundation, OAK Foundation, Climate and Land Use Alliance, Open Society Foundation, Instituto Betty e Jacob LAFER.

Segundo os parâmetros de criação adotados, o mapa foi constituído a partir de quatro critérios: organizações que produzem primordialmente conteúdo jornalístico; organizações que nasceram na rede; projetos coletivos que não se

¹⁶ Disponível em: <https://apublica.org/mapa-do-jornalismo>. Acesso em: 3 jan. 2019.

resumem a blogs; sites não ligados a grandes grupos de mídia, políticos, organizações ou empresas.

A partir desses pontos, a equipe responsável enviava um questionário com o intuito de confirmar o alinhamento a esses critérios, com as seguintes perguntas: A sua organização, entidade ou coletivo, produz primordialmente conteúdo jornalístico? Possui caráter comercial? Qual é a missão da sua organização? Há quanto tempo a organização existe? Como a sua organização se mantém? Qual é a figura jurídica? Qual(is) a(s) cidade(s) de nascimento da iniciativa e de cobertura atual? Qual é a principal plataforma?

Para escolher o *corpus* final dessa pesquisa e quais seriam os veículos analisados, foi feito um levantamento inicial entre os meses de fevereiro e junho de 2018, quando foi usado como principal filtro a análise da descrição/missão do veículo. Nesse momento, procuraram-se as seguintes palavras-chave: “Jornalismo Literário”; “narrativa longa”; “narrativas de vida”; “jornalismo de fôlego”; “*Longform*”; “jornalismo narrativo”, “assuntos de profundidade” e “jornalismo aprofundado”. Caso existissem, seria feita uma leitura de ao menos três reportagens buscando elementos do JL.

O projeto Mapa do Jornalismo Independente Brasileiro não encerrou, pelo contrário, é um mapa interativo e está aberto para quem quiser sugerir uma nova iniciativa que se encaixe nos critérios. No dia 4 de dezembro de 2018, a representante do projeto Natalia Viana, em e-mail, disse que o projeto estava no ar e seria lançada uma nova edição em breve. Nesta época inicial da pesquisa, em 2018, estavam catalogados no mapa 98 veículos. Até o dia 6 de junho de 2019, o mapa já contabilizava 226 veículos.

É possível notar, ao longo das linhas, que esta pesquisa traz um tom “ensaístico” motivado principalmente pelos estudos de JL e também pela própria busca do tom narrativo e criativo a ser proposto em dissertação sobre o tema pesquisado. A proposta é justificada pelos estudos das teorias de Lima (2009) e mesclam técnicas que dão voz ativa do tom ensaístico por estarem conectados com as técnicas e elementos do Jornalismo Literário, e, principalmente sob o aspecto do Jornalismo Literário Avançado (LIMA, 2018). Vislumbra-se, a partir de um texto mais sensível, a expansão do inconsciente coletivo e da oralidade pessoal de cada um, combinando conceito e prática:

A proposta do Jornalismo Literário Avançado contempla a adoção de uma abordagem transdisciplinar, em consonância com avanços em curso em distintas áreas do conhecimento científico contemporâneo. No conjunto, tais avanços significam uma notável revolução epistemológica que tanto impacta profundamente o modo como entendemos a realidade, quanto repercute de maneira decisiva no modo como agimos no mundo (LIMA, 2018, p. 873).

Com este estudo, pretende-se contribuir com os pesquisadores da área de comunicação e cultura expondo o resultado das análises de como o Jornalismo Literário foi explorado em veículos independentes e digitais brasileiros. Dessa maneira, também é possível entender esse modelo de empreendedorismo disruptivo emergente e o quanto a sua sustentação está diretamente ligada ao conteúdo ou ao modelo de negócio.

A pesquisa tem cunho qualitativo, o que determina se no conteúdo analisado está presente ou ausente determinada característica ou um grupo de características, e inclui a realização de entrevistas semiestruturadas (MANZINI, 2003) com os fundadores dos quatro veículos, especialistas da área e uma personagem que foi entrevistada com técnicas do JL para a criação de um texto construído para a Revista Sentido, escrito por esta pesquisadora.

O objetivo da escuta desses profissionais foi tornar vivos os dados coletados, trazendo histórias completas por trás das informações e suas possíveis análises fundamentadas em experiências concretas que realizaram ao longo da criação e implantação dos veículos. Além disso, ao dar voz aos profissionais, amplia-se a discussão para reflexões plurais que incluam os próprios atores e autores que criaram estas evidências, deixando um legado histórico no Brasil.

Consta nos apêndices a compilação na íntegra de todas as entrevistas realizadas ao longo do período de pesquisa de campo, que aconteceu entre os meses de fevereiro e maio de 2018, e que serão apresentadas em ordem cronológica, da seguinte forma: Thais Pegoraro, ao vivo, dia 7/2/2018 (personagem); Guilherme Soares, *Skype*, dia 16/3/2018 (jornalista literário); Sibebe Oliveira, e-mail, 27/2/2018 (fundadora da Revista Sentido); Caio Maia, e-mail, 28/2/2018 (fundador do Risca Faca); Edvaldo Pereira Lima, *Skype*, 16/3/2018 (escritor, jornalista, professor universitário); Ana Magalhães, *Skype*, 19/3/2018 (fundadora da Calle2) e Breno Costa, *Skype*, 9/5/2018 (fundador do BRIO).

Todos os diálogos foram gravados e decupados na íntegra, sem interferência nem cortes, muito menos substituições. Por causa disso, a grafia e a

linguagem coloquial (informal) foram resguardadas, respeitando-se a oralidade do entrevistado e a particularidade de cada ser humano.

Para que houvesse adequação de tempo concedido pelas pessoas que participaram desta pesquisa, de forma colaborativa, sem gerar custos e demais gastos, as entrevistas foram feitas de três formas: via *Skype* com imagem, presencial e por e-mail, com perguntas e respostas previamente elaboradas no modelo de entrevistas semiestruturadas (MANZINI, 2003). Foi seguido o mesmo roteiro para a abordagem com os fundadores dos veículos.

O levantamento de dados, a observação da realidade e os diálogos gerados a partir de entrevistas semiestruturadas trouxeram novas margens para discussão, até então não desenhadas para esta pesquisa. Houve, então, uma quebra de paradigmas. Inclusive por analisar objetos de estudo – como os veículos escolhidos – que, já se sabia, estavam à beira da falência ou fechamento.

Um objetivo que veio depois do desenho inicial surgiu após entrevista realizada com o jornalista e escritor Edvaldo Pereira Lima, no dia 16 de março de 2018, pois ele afirma que: “O Jornalismo Digital vai dar certo no Brasil quando pioneiros conseguirem aliar tudo aquilo que o Jornalismo Literário traz, adaptado aos meios novos e tendo um modelo de negócio com espírito disruptivo da época” (APÊNDICE E).

A provocação de Lima vislumbra um novo objeto de questionamento (ou talvez até uma hipótese a ser defendida) sob a visão de Lyotard (1993), que traz sentido e legitimidade diante da descrença das metanarrativas, refletindo que a condição pós-moderna não é somente um instrumento para o exercício do poder, mas uma possibilidade de reflexão crítica sobre a imprevisibilidade do real, contrária ao consenso conservador. Talvez, a partir do pensamento citado, seja possível debruçar-se diante de um novo objetivo para esta pesquisa, o qual busque não a solução da problemática levantada, mas a contribuição para a amplificação da discussão dentro dos aspectos pós-modernos, nos quais acreditamos que flutue o Jornalismo Literário na era digital.

Lyotard (1993) procura demonstrar que o entendimento desse conceito está relacionado à abolição da ideia de verdade que, durante muitos anos, foi uma das principais armas do poder. Sob o aspecto do filósofo, vislumbramos o pós-moderno, marcado por uma incredulidade perante o metadiscurso filosófico metafísico, que possui pretensões atemporais e universalizantes. Este cenário seria

composto por uma essencialidade cibernética, informatizada e informacional (LÉVY, 2010; CASTELLS, 2009). O saber seria legitimado pela ciência, pelo virtual e pelo ciberespaço, sendo verdade o resultado da vitória de um discurso mais “sedutor” ou daquela forma mais forte de impor o discurso.

A partir da visão de Lévy (2010), as novas tecnologias e o ambiente cibernético são responsáveis também por mudar a forma de aprendizado e educação. Os saberes passam para outro patamar, que não é mais o linear, como também apontava Lyotard (1993):

[...] No lugar de uma representação em escalas lineares e paralelas, em pirâmides estruturadas em “níveis”, organizadas pela noção de pré-requisitos e convergindo para saberes “superiores”, a partir de agora devemos preferir a imagem de espaços de conhecimentos emergentes, abertos, contínuos, em fluxo, não lineares, se organizando de acordo com os objetivos ou os contextos, nos quais cada um ocupa uma posição singular e evolutiva (LÉVY, 2010, p. 160).

Acredita-se, contudo, que a partir da visão de Lyotard (1993) e Lévy (2010), é possível analisar o Jornalismo Literário como cenário fértil e positivo para o não-linear, cheio de interações, além de fatores como: desconstrução, nova perspectiva, interpretação, não existência de fatos absolutos e, principalmente, para a construção do conhecimento a partir de uma problemática real, trazida pela própria voz do personagem anônimo, que antes não tinha espaço para expor suas próprias narrativas.

Dentro desse cenário em que a sociedade pós-moderna habita, as grandes narrativas vêm perdendo seu valor e existe uma diversidade de linguagem – vozes – capaz de ampliar a crença em um discurso advindo de fontes secundárias, terciárias, anônimas, oriundas de pequenos nichos e minorias até então não dominantes. A perda da fé nesse impulso centralizador e totalizante do pensamento humanista deslegitima as metanarrativas (LYOTARD, 1993) e permite ao homem se reconhecer como autor de sua própria história. Com novas perspectivas, possivelmente descentralizadas, o pós-modernismo reinsere contextos históricos e problematiza situações de diferentes formas. À luz de Lyotard, os grandes discursos (metanarrativas) são aqueles que fundamentam fatos absolutos e inquestionáveis.

Desse modo, Lyotard (1993) aponta que acontece o processo de deslegitimação dos dispositivos modernos, ou seja, à medida que a sociedade se condiciona aos avanços tecnológicos, o sujeito também muda sua postura. Notamos

então que nesta atual era, esse tipo de discurso soberano é ineficaz, pois o ser humano desfragmentado perde os dispositivos de legitimação e assume identidade. E identidade própria significa voz ativa, ser dono do próprio discurso, poder contar a própria história. Vemos nisso a oportunidade que as histórias da vida real trazem à era pós-moderna, ampliando a força das pequenas narrativas, agregando valor cultural e histórico a partir de uma fala até então deslegitimada dos anônimos, por exemplo.

Na visão de Lyotard, os pequenos relatos oriundos dessa sociedade pós-moderna são entendidos como saberes válidos. Como esse saber é comunicado, quem tem acesso a ele e para que é usado, quem determina e controla seu fluxo, e como ele se dá, validam as pequenas narrativas e os saberes populares.

Permeando os aspectos de filosofias pós-modernas de comunicação e tecnologia, é possível dialogar com Flusser (2010, p. 21) sobre o gesto de escrever, que “evidencia a consciência histórica, que deixa fortalecer e aprofundar por meio de uma escrita contínua, e o escrever, por sua vez, torna-se mais forte e mais denso”. E assim, a história da vida – ou de vidas – vai criando vínculos com a realidade de um personagem e traçando presentes que serão leituras futuras, de um passado real. A escrita tem lugar importante no âmbito documental. As coisas apenas ocorriam. Na visão de Flusser (2010), para que algo possa acontecer, tem que haver um processo como o da imersão da consciência histórica a partir da escrita.

Entendemos, então, que esta consciência se dá de forma positiva em um campo de interação que é o ciberespaço. A facilidade de interação trazida pelo ambiente digital pode ser fértil para a existência do JL, uma vez que, segundo Lévy (2010, p. 51), “apenas as particularidades técnicas do ciberespaço permitem que os membros de um grupo humano (que podem ser tantos quantos quiserem) se coordenem, cooperem, alimentem e consultem uma memória comum”.

Ampliando a reflexão, Lima aponta, em entrevista concedida para esta pesquisa (APÊNDICE E), exemplos de resultados que tiveram êxito, foram bem sucedidos e aceitos pelos leitores. Locais onde há a junção do Jornalismo Literário, muito bem adaptado ao meio digital, dentro de um modelo de negócio disruptivo.

Voltemos os olhos para um veículo que deu certo e ainda permanece como melhor exemplo: a plataforma norte-americana chamada Atavist¹⁷. Modelo de

¹⁷ Disponível em: <https://atavist.com>. Acesso em: 10 fev. 2019.

inspiração, traz longas histórias dentro de um site elaborado para o mergulho profundo em personagens, possibilitando a experiência sensorial de interação multimídia (texto, vídeo e áudio). O modelo de negócio sobrevive do lucro de vários produtos que se retroalimentam, além de oferecer a possibilidade de o leitor se tornar membro, e de contribuir financeiramente, caso tenha interesse em ler além do conteúdo gratuito.

Em rede, na era digital. A combinação numérica que constrói as novas linhas. Sob o olhar de Flusser (2010, p. 52), os números permitirão que vejamos sons e ouçamos imagens em um futuro próximo. E esse futuro? Já chegou e explica porque a visão sem forma de número predomina sobre a audição em forma de letra e, tudo isso junto, é passível de manipulação digital (FLUSSER, 2010). Ou seja, esse mundo dos códigos, combinações numéricas, sistemas e programas nos permitem traduzir – e até modificar – o pensamento da expressão humana, uma vez que a escrita era uma forma linear de comunicação.

Um traçado da realidade passada, uma objetivação futura, mas que já é consequência no presente. Pretende-se com esta pesquisa, além de analisar os elementos de estudo apresentados, contribuir com a ampliação de discussões acerca dos grandes temas conjuntos: o Jornalismo Literário, o mundo digital, a era pós-moderna e os modelos de negócios disruptivos.

1. JORNALISMO LITERÁRIO, A ESCRITA E A ARTE DE CONTAR HISTÓRIAS

A partir da visão de Bak (2011), no final do século XIX, vários países estavam desenvolvendo tradições jornalísticas possíveis de serem identificadas atualmente como Jornalismo Literário ou reportagem literária. Porém, essa ideia foi quebrada principalmente após a Primeira Guerra Mundial, quando os estados democráticos passaram a acreditar que o jornalismo deveria ser objetivo, se pensado

a partir da corrente dos EUA, ou polêmico, como na tradição europeia. Dentro disso, o Jornalismo Literário teria seu suspiro de vida e poderia prosperar de forma única em cada continente, de acordo com sua cultura.

Energia, então, nas décadas de 1960 e 1970, uma corrente que viria a ser amplamente discutida e disseminada: a do Novo Jornalismo (*New Journalism*), mais precisamente nos Estados Unidos, cenário e palco para o uso de novas técnicas narrativas, que fazia contraponto ao jornalismo convencional, diário, cru, simplista e truculento.

Mas, aqui, faremos um ponto de parada para observar o passado, a origem da civilização e como o ser humano percebia o outro ao se comunicar. É nesse aspecto que Martinez (2016, p. 29) vislumbra que esse jornalismo não se inicia apenas nas décadas de 1960 e 1970. Sob a visão de pesquisadora, acredita-se que o Jornalismo Literário nasceu há muito mais tempo, até mesmo antes da escrita, no início da civilização, quando os humanos começaram a se comunicar, verbalizar e demonstrar suas inquietações e pensamentos acerca do mundo, época em que a humanidade começou a usar símbolos para se expressar.

Se analisado dentro do campo da estrutura narrativa mítica, se assemelha aos antigos contadores de histórias, pela riqueza imagética das narrativas que são feitas com ferramentas da literatura, como símbolos, metáforas e imagens:

(...) Por mais que o mundo esteja em mutação, a realidade é que a comunicação social é feita por humanos e para seres humanos. Assim, seja nas *action stories* (reportagens) ou nas *quote stories* (entrevistas), as histórias e os depoimentos centram-se nas narrativas de seres humanos. Nada mais natural que a defesa da humanização da narrativa para atingir um público em potencial que a cada dia está mais perplexo diante de um novo mundo, globalizado e sistêmico (MARTINEZ, 2008, p. 32).

Ou seja, a arte de contar uma boa história que envolva a todos e a qualquer um, pelo “simples” fato de seguir uma lógica conhecida, como a Jornada do Herói¹⁸.

Sob o olhar de Flusser (2010), o ato da escrita serve a um motivo oculto, que é o de colocar os pensamentos nos eixos corretos.

¹⁸ Método de estruturação de narrativas que chegou ao mundo através do cinema e procede de dois campos especializados: a mitologia de Joseph Campbell e a psicologia humanista de Carl Jung (MARTINEZ, 2008).

O gesto de escrever evidencia a consistência histórica, que se deixa fortalecer e aprofundar por meio de uma escrita contínua, e o escrever, por sua vez, torna-se mais forte e mais denso. Esse *feedback* entre aquele que escreve e a consciência histórica proporciona à consciência uma tensão que se intensifica sempre, e que lhe permite cada vez mais avançar. Essa é a dinâmica da história (FLUSSER, 2010, p. 21).

Essa escrita visceral vai ao encontro das teorias e pilares sob os quais o Jornalismo Literário estruturou suas narrativas, a respeito dos quais falaremos mais à frente.

Para o Novo Jornalismo, a ideia era, de fato, não seguir a lógica da pirâmide invertida¹⁹ para compor um texto a partir do lide – primeiros parágrafos de um texto jornalístico que responde às perguntas essenciais “o quê?”, “quem?”, “quando?”, “onde?”, “como?” e “por quê?” – e sim possibilitar o fluir técnico diferenciado de um texto nada convencional em relação ao existente até então na imprensa, aproximando-se da literatura. De acordo com o entendimento de Lima (2009, p. 195), “o novo jornalismo traz à luz dos holofotes o mesmo timbre comum de sensualidade, de mergulho completo, corpo e mente, na realidade, como acontecia em todas as formas de expressão da contracultura²⁰”.

Definimos aqui a teoria do estilo Jornalismo Literário como uma oposição ao que se chamaria jornalismo convencional, baseado no modelo diário com técnicas do lide e da pirâmide invertida, cujo modelo atual baseia-se no relatório do Projeto Ruth Clark²¹. Na visão de Borges, o Jornalismo Literário “é constantemente indicado como promotor de rupturas em relação aos relatos noticiosos tradicionais, porque estabelece um trânsito mais intenso entre formações discursivas distintas” (2013, p. 9).

É importante evidenciar que o ponto de vista a ser defendido ao longo desta dissertação é o de que esse estilo jornalístico não se assemelha a nenhuma possível corrente de negação, pelo contrário, veio para alavancar um tipo diferente de gênero

¹⁹ O termo pirâmide invertida é utilizado porque na base está aquilo que é noticiosamente mais importante e que nesse formato se encontra no topo, começando a contar a história a partir das principais informações (ZANOTTI, 1998; MARTINEZ, 2017).

²⁰ Movimento que desejava romper com o modelo norte-americano estabelecido, que tinha como objetivo experimentar alternativas sócio-político-culturais diferentes dos valores conservadores da sociedade da época (LIMA, 2009).

²¹ Pesquisa de opinião comandada em 1972 pela vice-presidente de Mídia da empresa Yankelovich Skelley & White, Ruth Clark, se torna referência de resultado sobre a relação entre os jornais e seus leitores nos Estados Unidos. A urgente busca pela reforma das publicações impressas e suas mudanças trouxeram produtos como o USA Today e Folha de S. Paulo no Brasil.

que se desenvolveu paralelamente ao convencional e foi capaz de se consolidar historicamente desde sua origem, caracterizado por uma narrativa diferenciada, criativa e cativante para quem lê e que hoje já está sendo estudado como disciplina (KRAMER; SIMS, 1995; LIMA, 2009; MARTINEZ, 2017; BAK, 2018; PAIVA, 2018).

Para a pesquisadora Leila Paiva (2018, p. 22), “além disto, como Bak, entendemos que já há validação suficiente no campo para não ficarmos apenas nestas questões e avançarmos nos estudos”.

Pode-se dizer que o Jornalismo Literário teve suas origens no realismo social (WOLFE, 2005), principalmente na época em que os romances buscavam retratar o desenho social mais de perto e, para isso, realizavam pesquisas de campo, assemelhadas aos métodos etnográficos.

Foi então que, naquela mesma época de 1960, grandes escritores e jornalistas tiveram especiais holofotes virados para seus trabalhos, como Gay Talese, Tom Wolfe, Norman Mailer, Truman Capote e Hunter Thompson, em especial, que marcou de forma pioneira a vertente chamada de Jornalismo Gonzo, por meio de seus livros e produções para revistas interessadas na sua narrativa, em que vivenciava histórias (VILAS-BOAS, 2008).

Martinez (2016, p. 30-31) afirma que, para “autores como o estadunidense Norman Sims”, “o Jornalismo Literário inspira-se nos escritores do século XVII como o londrino Daniel Defoe (1660-1731)”, conhecido por seu *Robinson Crusoe*. O escritor publicou, em 1722, o livro *O Diário do Ano da Peste*, no qual conta a história da peste bubônica que vitimou 100 mil pessoas na capital inglesa em 1665.

Importante também ressaltar aqui a contribuição do legado literário histórico da Revolução Francesa²², momento marcante para o jornalismo crítico e transformador. Nomes como Jean-Paul Marat, de espírito impetuoso e crítico, que trazia cartas, ensaios e textos profundos e detalhados em seu jornal *L'Ami du peuple*, no qual era possível ler sobre os princípios das reformas e revoluções para as camadas sem voz da sociedade na época.

Ao mesmo tempo em que estava em ebulição, o novo estilo estrutural chamado *New Journalism* foi muito criticado, julgado e comparado à ficção na época:

²² Com importantes transformações políticas, sociais e econômicas, a Revolução Francesa (1789-1799) representou também a conquista do poder por parte da classe burguesa que estava se desenvolvendo no continente europeu desde finais da Idade Média. Não iremos entrar na questão em si; limitaremos apenas à citação como lembrete do espírito revolucionário da época, que trouxe contribuição para a pós-modernidade.

Alguns acusam o Jornalismo Literário de não ser 'jornalismo de verdade' por trabalhar fatos reais com linguagem e procedimentos da ficção. Outros o tomam como uma panaceia, a cura de todos os males, capaz de mudar a cara de um jornalismo passadista, que deixou a qualidade do texto de lado em nome do imediatismo e que não vai perdurar (BORGES, 2013, p. 17).

Porém, de ficção não tem nada, a não ser uma breve descendência da literatura quando se utiliza de figuras de linguagem, mas para falar realidades. O tipo de narrativa não é invenção ou algo não baseado em fatos. É sobre pessoas, lugares e vivências reais:

De fato, o jornalismo impresso e a literatura aproximam-se, intersectam-se, afastam-se, em particular desde a etapa histórica em que a imprensa ganha sua feição moderna, industrial, a partir da última metade do século XIX. Entre o jornalismo e a literatura havia em comum, nesses tempos pioneiros da era moderna, o ato da escrita (LIMA, 2009, p. 173).

Sob a visão de Lima (2009), devido à inserção de técnicas de fluxo de consciência e aplicação dos diálogos reais ao texto, esse jornalismo recebeu severas críticas não só da comunidade literária, mas também das próprias instituições jornalísticas. Ninguém acreditava que os diálogos eram verdadeiros e a precisão era fator questionável. Os monólogos interiores e reflexões trazidas pelo autor não eram levados a sério. Tom Wolfe, defensor, negava todas as acusações.

Já na década de 1990, a comunidade redescobre o chamado *Intimate Journalism*, consagrado no nome de Walt Harrington (LIMA, 2009). O novo, dentro do Novo Jornalismo, focado na vida cotidiana de pessoas comuns. Kramer (1995) apontava que modelos de sistematização do Jornalismo Literário nesta época o definiam como "quem lê sabe o que é".

Após aquele período de efervescência cultural pelo qual o país e o mundo passaram, do surgimento desse novo estilo de se fazer jornalismo, investigamos a possível hipótese de que houve um grande hiato nas produções de Jornalismo Literário durante as décadas de 80 e 90. Este período foi de consolidação da modernização administrativa e de profissionalização dos jornalistas, com o aumento do número de cursos universitários disponíveis e a difusão dos valores dos manuais de redação.

A partir do ano 2000, o cenário muda e abre horizontes para a perpetuação da criatividade e profundidade em um texto jornalístico, além do esforço de

profissionais que começam a propor a discussão do tema e ampliação do gênero (MARTINEZ, 2009, 2017), chegando, assim, aos tempos atuais e apresentando novas perspectivas do JL como disciplina (BAK, 2011; 2018) e a abordagem transdisciplinar do Jornalismo Literário Avançado (LIMA, 2018).

1.1. O Jornalismo Literário no Brasil e a pós-modernidade

E no Brasil? Qual é o rastro da nossa história? Voltando os olhos para nós, vemos como um marco inicial do gênero o escritor Euclides da Cunha, grande nome consagrado como jornalista de guerra quando, na época, cobriu o conflito de Canudos, para depois vir a escrever *Os Sertões*.

Para Lima (2011), Euclides da Cunha pode ser considerado o avô do Jornalismo Literário brasileiro, pois já se apropriava de técnicas desse tipo de texto de não ficção:

Cunha did not limit his role to just telling a story in linear terms. He wanted above all to understand the underlying currents that shaped the Canus War. While his competitors stayed with the military's expedition party, Cunha conducted research on his own, taking notes, observing, talking to locals, and exploring the environment, trying to make sense of this tragic encounter of mutually misunderstood worlds in the backlands of his nation (LIMA, 2011, p. 164).²³

Lançado em 1905, o livro *Os Sertões* baseou-se nas reportagens que o jornalista publicou no veículo *O Estado de S. Paulo*, em 1897, após ser enviado como correspondente ao massacre ocorrido. Neste ponto da memória da história, já é possível notar preâmbulos de técnicas do Jornalismo Literário, uma vez que o relato das histórias orais já era utilizado como ferramenta para seus escritos de relatos de guerra.

Martinez (2016) acredita que um dos pontos de conexão do escritor com o Jornalismo Literário é a tentativa de dar voz às pessoas comuns, do jeito que são, com seus problemas e limitações, sem falsetes:

²³ Cunha não limitou seu papel a apenas contar uma história em termos lineares. Ele queria acima de tudo entender as correntes subjacentes que moldaram a Guerra de Canudos. Enquanto seus competidores ficavam com a expedição militar, Cunha conduzia uma pesquisa por conta própria, anotando, observando, conversando com moradores locais e explorando o ambiente, tentando dar sentido a esse trágico encontro de mundos mutuamente incompreendidos no sertão de sua terra (tradução da autora).

Uma manhã, finalmente, saiu da casa de Antônio Caetano de Oliveira, casado com uma sua parenta, e foi banhar-se no rio, que corre por trás dessa casa, situada quase no extremo da praça principal da vila, junto a garganta que conduz a pequena praça Cotovelo. Nos fundos da casa indicada era então a embocadura do riacho da Palha, que em forma quase circular contornava aquela praça, e de inverno constituía uma cinta lindíssima de águas represadas. Miguel Carlos estava já despido, como muitos companheiros, quando surgiu um grupo de inimigos, que o esperavam acocorados por entre o denso "mata-pasto". Estranhos e parentes de Miguel Carlos, tomando as roupas depostas na areia, e vestindo-as ao mesmo tempo que corriam, puseram-se em fuga. Em ceroulas somente, e com a sua faca em punho, ele correu também na direção dos fundos de uma casa, que quase enfrenta com a embocadura do riacho da Palha; casa na qual morava em 1845 Manuel Francisco da Costa. Miguel Carlos chegou a abrir o portão do quintal, de varas, da casa indicada; mas, quando quis fechá-lo, foi prostrado por um tiro, partido do séquito que o perseguia. Outros dizem que isto se dera quando ele passava pelo buraco da cerca de uma vazante que havia por ali. Agonizava, caído, com a sua faca na mão, quando Manuel de Araújo, chefe do bando, irmão do noivo outrora assassinado, pegando-o por uma perna, lhe cravou uma faca. Moribundo, Miguel Carlos lhe respondeu no mesmo instante com outra facada na carótida, morrendo ambos instantaneamente, este por baixo daquele! Helena Maciel, correndo em fúria ao lugar do conflito, pisou a pés a cara do matador de seu irmão, dizendo-se satisfeita da perda dele pelo fim que dera ao seu inimigo! (CUNHA, 1998, p. 91).

Além de Euclides da Cunha, outro nome que traz registros primórdios do Jornalismo Literário aqui no Brasil é João do Rio, pseudônimo de Paulo Barreto, e que antecede Cunha (1882-1921). Por meio de suas crônicas, sobre linhas reais e precisas, contava histórias da cidade do Rio de Janeiro na década de 1920. Sob a visão de Bulhões (2007), João do Rio foi uma grande expressão desse novo jornalismo.

Tendo como modelo a *Belle Époque* parisiense, o Rio de Janeiro da época sofria a transição para uma ordem capitalista urbana. Foi nesse contexto que o escritor e repórter vagou pela cidade, observou parcelas da sociedade que raramente figuravam nas páginas de livros e jornais e passou a escrever sobre elas.

No livro *A Alma Encantadora das Ruas*, dedicou um capítulo às várias formas de pobreza e exploração presentes na capital federal. Logo na abertura, é possível notar sua opinião sobre o que é a rua, que nada mais deveria ser do que um espaço democrático do qual todos pudessem usufruir de forma igualitária. A crítica social já se fazia presente, mesmo que leve, na descrição da cena que via:

Eu amo a rua. Esse sentimento de natureza toda íntima não vos seria revelado por mim se não julgasse, e razões não tivesse para julgar, que este amor assim absoluto e assim exagerado é partilhado por todos vós. Nós somos irmãos, nós nos sentimos parecidos e iguais; nas cidades, nas aldeias,

nos povoados, não porque soframos, com a dor e os desprazeres, a lei e a polícia, mas porque nos une, nivela e agremia o amor da rua (RIO, 1908, p. 4).

João do Rio tem hoje um *status* diferenciado daquele do século XIX e início do século XX. Naquela época, quando o jornalismo ainda não era considerado uma profissão, os cargos em redação eram geralmente ocupados por escritores que aspiravam a uma carreira política ou literária. De repórter de publicações como A Cidade do Rio – em que adotou seu mais famoso pseudônimo – e A Gazeta de Notícias, chegou a proprietário do jornal A Pátria, empresário e ocupante de uma cadeira na já celebrada Academia Brasileira de Letras.

O escritor e jornalista fazia questão de registrar relatos de operários, falar sobre as condições precárias de trabalho nos subúrbios cariocas, descrever cenas de cortiços, mostrar uma realidade que não tinha comumente espaço na imprensa na época. Ao mesmo tempo em que os poetas sonhavam viver e morrer em Paris, ele percorria as ruas da cidade durante o dia ou na madrugada, descrevendo a pobreza urbana e entendendo como se dava a vida daqueles anônimos. Seus métodos originais, para o Brasil, apresentavam a informação de outro modo, impressionando o público leitor. As características marcantes de sua obra, como a observação participante, o diálogo com as fontes e a contextualização permitiram a revelação de outro Rio de Janeiro, até então não falado. Muito menos ouvido.

Em seu livro *As religiões do Rio*, logo nas primeiras linhas, é possível encontrar a descrição de um personagem que vivia sua vida anônima pelas ruas do Rio. Seu tom ácido e sutil traz, para a descrição da cena, a crítica social e sua opinião clara a respeito dos acontecimentos e hierarquias dominantes da época:

Antônio é como aqueles adolescentes africanos de que fala o escritor inglês. Os adolescentes sabiam dos deuses católicos e dos seus próprios deuses, mas só veneravam o uísque e o *schilling*. Antônio conhece muito bem N. S. das Dores, está familiarizado com os orixalás da África, mas só respeita o papel-moeda e o vinho do Porto. Graças a esses dois poderosos agentes, gozei da intimidade de Antônio, negro inteligente e vivaz; graças a Antônio, conheci as casas das ruas de São Diogo, Barão de S. Felix, Hospício, Núncio e da América, onde se realizavam os candomblés e vivem os pais-de-santo. E rendi graças a Deus, porque não há de certo, em toda a cidade, meio tão interessante (RIO, 1951, p. 4).

Vale lembrar que depois, já nas décadas de 1950 e 1960, tivemos no país revistas como O Cruzeiro²⁴, Realidade e o Jornal da Tarde, que deixaram vir à tona o gênero da reportagem. Um pouco depois disso, o jornalismo no Brasil já seguia os padrões dos manuais de redação, como, por exemplo, o do jornal O Estado de S. Paulo, com textos objetivos, práticos e precisos.

Quando nasceu – em 1966, durante a ditadura militar (1964-1985), publicada pela Editora Abril – a Revista Realidade trouxe a objetividade de forma diferenciada, desenhada com liberdade de escrita, diálogos com travessões, descrições detalhadas, textos em primeira pessoa e todas as possibilidades que dessa nova forma de se comunicar. A revista simboliza o início da publicação de textos de revista no Brasil, marcados por serem escritos como histórias e não apenas como reportagens ou matérias, sempre pautados pela criatividade e em um campo fértil que foi a ditadura (BAK, 2008; 2011). A revista circulou por dez anos.

Fez parte desse apogeu o jornalista José Hamilton Ribeiro. Pela revista Quatro Rodas, ganhou dois Prêmios Esso de Jornalismo. Em 1966, tornou-se editor-chefe da revista Realidade, pela qual ganhou mais três Prêmios Esso. No ano de 1968, foi enviado para fazer a cobertura da Guerra do Vietnã, quando sofreu um grave acidente ao pisar em uma mina e perdeu uma perna.

Importante referência nos estudos sobre Jornalismo Literário, o jornalista e pesquisador Celso Luiz Falaschi apresentou no Intercom²⁵ os resultados de sua pesquisa de doutorado, que aponta a presença exponencial de reportagens literárias na imprensa diária. O pesquisador identificou que, em 2004, 37,1% das publicações do Correio Brasiliense eram compostas de narrativas ao menos criativas, enquanto O Estado de S. Paulo apresentou 23,1% e o Zero Hora (RS – Porto Alegre), 18% (FALASCHI, 2005). A iniciativa do olhar analítico de Falaschi apontou que esse tipo de conteúdo não foi motivado pelo preciosismo textual, mas sim pela expectativa de um retorno em vendas. O Zero Hora teve um aumento de 2,5% nas vendas e a perda dos outros se reduziu de modo significativo (FALASCHI, 2005).

²⁴ Criada por Assis Chateaubriand em 1928, alcançou 700 mil exemplares vendidos por semana, publicava grandes reportagens e fotojornalismo e durou 47 anos.

²⁵ Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação – Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

Em 2006, também apareceram outras publicações que se propuseram a explorar o estilo, como as revistas Piauí e Rolling Stone Brasil, que surgiram com a promessa de um espaço dedicado exclusivamente ao Jornalismo Literário.

Atualmente, no Brasil, é possível notar a ascensão da jornalista, escritora e documentarista Eliane Brum, fazendo reportagens diferenciadas, e com “fôlego”, sobre temas do cotidiano, perfilando e inserindo histórias de personagens anônimos em espaços jamais pensados para esse tipo de jornalismo. A gaúcha de Ijuí, nascida em 1966, trabalhou onze anos como repórter do jornal Zero Hora, de Porto Alegre, e dez anos como repórter especial da Revista Época, em São Paulo. Atualmente, publica suas reportagens semanalmente no jornal El País. Tem seis livros lançados – cinco de não ficção e um romance – além de participar de coletâneas de crônicas, contos e ensaios.

Martinez (2014, 2017) investigou, em um estudo de caso, as 51 colunas da jornalista Eliane Brum publicadas no portal Época no ano de 2010, para checar se de fato havia produção jornalística com características do Jornalismo Literário em ambientes digitais:

Ressalta-se que este estudo derruba uma das falácias associadas à mídia digital: o senso comum de que o internauta teria predisposição para preferir textos curtos. No portal da revista Época, Brum aceita o ritmo temporal de produção semanal, respeitando rigorosamente o deadline, mas se apropria com gosto do espaço ilimitado (MARTINEZ, 2014, p. 75).

No livro *A vida que ninguém vê*, Brum (2006) conta histórias reais de pessoas que jamais virariam notícia na pauta convencional da imprensa e mostra que toda e qualquer vida é habitada pelo extraordinário. Importante ressaltar que a jornalista ganhou o Prêmio Jabuti, no ano de 2007, de melhor livro de reportagem. Sob os aspectos de Martinez (2017), a jornalista traz um processo diferenciado para a imprensa, especialmente em suas reportagens de fôlego.

No prefácio escrito por Marcelo Rech, ele reafirma as análises feitas sobre as obras de Brum:

Ao extrair reportagens antológicas de onde outros só enxergariam a mesmice, Eliane deu a zés e marias do sul do Brasil a envergadura de personagens de literatura tolstoiana e reverteu um dos mais arraigados dogmas da imprensa. Um dia, quem sabe, algum desses acadêmicos de comunicação que se debruçam sobre aquelas teses herméticas deslocadas da vida real das redações também encare a tarefa de trazer à lua como Eliane

traçou uma parte da história do jornalismo brasileiro ao escrever notáveis reportagens (ou seriam crônicas?) extirpadas em suas ruas anônimas (RECH, 2006, p. 14).

Nesse livro, a jornalista e escritora faz um encerramento marcante, no qual fala a respeito do tipo de trabalho que desenvolve, que é o de contar histórias de pessoas – principalmente anônimas. Vale atentar às suas linhas para a compreensão de um trabalho que tem um viés e um “quê” de poesia, mesmo narrando momentos muitas vezes tristes e doloridos da vida real:

Sempre gostei das histórias pequenas. Das que se repetem, das que pertencem à gente comum. Das desimportantes. O oposto, portanto, do jornalismo clássico. Usando o clichê da reportagem, eu sempre me interessei mais pelo cachorro que morde o homem do que pelo homem que morde o cachorro – embora ache que essa seria uma história e tanto. O que esse olhar desvela é que o ordinário da vida é o extraordinário (BRUM, 2006, p. 187).

Já no livro *O Olho da Rua*, Eliane Brum (2008) apresenta dez reportagens e também narra os bastidores vivenciados em cada período de seus processos de criação, pesquisa e escrita. Uma das reportagens mais marcantes apresenta as histórias das parteiras da floresta Amazônica, na qual traz diálogos, descrições cena a cena, e revive a memória cultural de umas das funções mais antigas da história da humanidade:

Elas nasceram do ventre úmido da Amazônia, do norte extremo do Brasil, do estado ainda desgarrado do noticiário chamado Amapá. O país não as escuta porque perdeu o ouvido para os sons do conhecimento antigo, a toada de suas cantigas. Muitas desconhecem as letras do alfabeto, mas leem a mata, a água e o céu. Emergiam dos confins de outras mulheres com o dom de pegar menino. Sabedoria que não se aprende, não se ensina, nem mesmo se explica. Acontece apenas. Esculpidas por sangue de mulher e água de criança, suas mãos aparam um pedaço do Brasil (BRUM, 2008, p.19).

Em 2011, a jornalista lançou seu primeiro livro de ficção, *Uma Duas*, sobre a relação de mães e filhas. Em 2013, deixou a Editora Globo e hoje assina sua coluna no portal brasileiro do jornal espanhol El País²⁶. Além disso, Brum é documentarista e seu último trabalho foi lançado na plataforma Netflix: *Laerte-se*, a história do cartunista Laerte Coutinho e sua trajetória de mudança para a identidade de mulher transexual.

²⁶ Ao tentar uma entrevista com Eliane Brum, fui informada por sua assistente de que ela está desenvolvendo um novo projeto na Amazônia e por isso permanece sem nenhum tipo de acesso.

Outros jornalistas literários foram aparecendo no Brasil e se destacando como escritores da vida real. O jornalista Christian Carvalho Cruz (2011), por exemplo, que conta sobre um anônimo que foi morto no trânsito da capital paulista. Em suas narrativas, é possível criar um elo mais profundo com o leitor, a partir do momento em que mostra os detalhes do cotidiano do personagem escolhido:

No dia em que tornaria estatística de trânsito, Adriano da Fonseca Pereira, de 20 anos, acordou mais agitado que de costume, às seis e meia da manhã. Se sonhou, não comentou. Sentado à pequena mesa redonda da sala, de costas para a máquina de costura da mãe e de cara para a parede, engoliu o pãozinho com manteiga de todos os dias e tomou chá com açúcar. Nunca gostou de café. Sua figura alta e esguia enchia o minúsculo e mal ventilado apartamento do Conjunto Habitacional Haia do Carrão, ex-favela, ex-Projeto Cingapura, periferia da zona leste paulistana (CRUZ, 2011, p. 33).

Podemos também encontrar o mesmo estilo nas linhas de Ivan Marsiglia: “Beatriz, 60 anos, teve três homens na vida. O primeiro deu a ela quatro filhos. O segundo contaminou-a com o vírus HIV” (MARSIGLIA, 2013, p. 51). Entende-se que, dessa forma, a exemplo dos três autores citados, é possível trazer, para a realidade e factualidade jornalística, vidas e histórias tão interessantes e cheias de fatos quanto uma notícia precisaria ter.

Aqui no Brasil, também houve um evento marcante, que foi o lançamento da coleção *Jornalismo Literário*, da editora Companhia das Letras, no ano de 2002, com 21 obras que compreendem algumas das reportagens mais importantes do jornalismo literário dos séculos XX e XXI, e que traz títulos nacionais e internacionais de autores como Truman Capote, Zuenir Ventura, Gay Talese, entre outros.

Depois, no ano de 2005, os jornalistas Edvaldo Pereira Lima, Sérgio Vilas-Boas e Celso Falaschi abrem o curso *lato sensu* de pós-graduação em Jornalismo Literário, pioneiro no país. Desde seu surgimento, já formou turmas em São Paulo, Campinas, Brasília, Goiânia, Porto Alegre e Curitiba, e vem fomentando o exercício vivo de produções na imprensa, publicações acadêmicas, fóruns de discussões em congressos e disseminação de conhecimento.

Na sequência, no ano de 2006, o Brasil recebe um marco nas publicações impressas: surge a revista *Piauí*, a primeira revista especializada em Jornalismo Literário desde o fim da revista *Realidade*. A publicação mensal, que foi idealizada pelo documentarista João Moreira Sales, sabe contar boas histórias, traz pautas pouco convencionais e esbanja narrativas interessantes e curiosas como, por

exemplo, uma matéria na qual se acompanha o boneco gigante do ex-presidente Lula fazendo turnê pelo Brasil.

A revista tem caráter inovador na diagramação e planejamento visual (26,5 cm de largura e 34,8 cm de altura). As capas não trazem fotos nem manchetes, apenas ilustrações e o título das principais matérias. Em seu interior também se encontram ensaios fotográficos, quadrinhos e desenhos, além de textos e fotos. Destaca-se, principalmente, por sua linha editorial. É uma revista que tem a pretensão de falar sobre diferentes temas, sob um enfoque diferenciado, privilegiando a voz autoral e a reportagem.

Ainda no mesmo ano de 2006, o prêmio Esso foi concedido ao conjunto de reportagens *Amores Possíveis*²⁷, publicadas no *Correio Braziliense* pela repórter e colunista Conceição Tavares. É possível encontrar, nas narrativas, histórias de amor envolvendo casais em que pelo menos um dos cônjuges tem algum tipo de deficiência física ou doença congênita.

A importância de se estudar o jornalismo, e, mais especificamente, o Jornalismo Literário, deve-se à valoração da produção jornalística como forma de conhecimento, documentação histórica e científica, além de recortar um retrato da realidade sociocultural da sociedade. É possível entender a perpetuação desse novo modelo de comunicação a partir de uma mudança cultural latente, prestes a explodir no final do século XIX. Podemos assistir a essa transformação a partir do tipo de discurso produzido pela sociedade chamada de pós-moderna, por meio da crise dos relatos.

Com a leitura de Lyotard (1993), compreendemos que a abolição da ideia de verdade desmorona na decadência do saber científico de uma sociedade em mutação. Antes o saber era marcado pelas falas oficiais e críveis da ciência, responsável pelos acontecimentos absolutos e incontestáveis das leis. Depois, transmuta e passa a ser marcado pela dúvida, desconstrução, interpretação, perspectiva e se torna alavanca para o grande meio de modificação da sociedade.

A pragmática da narrativa popular é capaz de fazer um jogo de linguagem isolado, tornando os pequenos discursos narrativos do cotidiano legitimados pela pragmática de sua transmissão:

²⁷ Disponível em: http://blogdaconceicaoofreitas.blogspot.com.br/2007_08_26_archive.html. Acesso em: 24 mai. 2017.

A tradição dos relatos é ao mesmo tempo a dos critérios que definem uma tríplice competência – saber-dizer, saber-ouvir, saber-fazer – em que se exercem as relações da comunidade consigo mesma e com o que a cerca. O que se transmite com os relatos é o grupo de regras pragmáticas que constitui o vínculo social (LYOTARD, 1993, p. 40).

Nessa nova forma do saber, o jornalismo literário se apropria deste discurso e passa a olhar o cenário modificado, vendo nas novas narrativas um comprometimento com as iminentes demandas da sociedade. Existe, então, a inclusão da fala de todos os protagonistas sociais e não apenas os oficiais, mas também os marginalizados cultural, social e geograficamente. São pessoas cujos atos não fornecem valor-notícia para o jornalismo tradicional. Eles não têm nomes conhecidos, não são fontes oficiais, eles são os anônimos. De que forma podem contribuir para a imprensa que se transforma através das narrativas do Jornalismo Literário?

Os personagens anônimos ganham espaço porque é interessante saber como o outro vive, como é, de fato, o seu dia a dia: quais são suas alegrias, tristezas, vontades, medos, desejos, sonhos, esperanças ou desesperanças. Está aí o elo com quem lê. Sob a visão de Lima (2009), existe uma força emocional dentro desse texto que toca o outro; assim, o escritor ou jornalista é chamado para dar vida e luz às histórias.

Também é possível compreender essa modificação cultural à luz do historiador Ginzburg (2006), para quem a redução da escala de observação da realidade e a abertura de novas possibilidades de observação dão notoriedade a fatos relevantes que eram ignorados dentro de um contexto construído de forma generalizadora, além de utilizar como recurso documental uma série de fontes que não eram consideradas pela história tradicional.

O Jornalismo Literário possibilita a construção de uma boa história a partir de fatos, porém, sob uma perspectiva de um novo olhar para a sociedade. De uma forma fluida e mais crível pela possibilidade de oferecer maior quantidade de detalhes, temos espaço para descrições, falas, digressões, poesias, entre tantas outras formas de linguagem apropriadas da literatura. O leitor consegue perceber que os heróis dos fatos cotidianos são pessoas comuns, diferentemente do ponto de vista que a mensagem deixada pela grande imprensa nos passa, quando leva a uma exposição excessiva as celebridades ou fontes e pessoas “intocáveis” (LIMA, 2009).

Borges (2013) entende que a forma do discurso proposto para o Jornalismo Literário é algo aberto, mutável e transformador, uma vez analisado a partir das reflexões vindas da Análise do Discurso:

São muitas as forças que agem nesse tipo de produção simbólica e elas estão ligadas ao contexto em que se dá a construção de tais discursos. O discurso não tem geração espontânea. Ele é elaborado, historicamente construído, socialmente sedimentado, coletivamente transformado. Há uma interação e uma negociação intensas em seu desenvolvimento enunciativo. Esses diálogos e integrações se dão por processos complexos e contraditórios (BORGES, 2013, p. 19).

É possível investigar um cenário de mudança cultural de uma sociedade, aberta às possibilidades do Jornalismo Literário, pelo olhar de Deleuze e Guattari (1995), quando afirmam que as novas forças que estabelecem as ordens na sociedade são movimentadas pelas inovações tecnológicas. No entender do filósofo, a distribuição de informações pela rede de comunicação é mais um elemento estruturado da globalização, pois acaba interligando mercados, países e pessoas que se comunicam pela rede. Isso justifica também o trajeto do Jornalismo Literário que migra para o ambiente digital, ao ter espaço livre para seu despertar profundo de narrativas mais longas, como podemos conferir dos anos 2000 para cá.

Abrem-se horizontes para questionamentos e apresentação de novos acontecimentos, desconstroem-se determinados tipos de congruências verticais e respiram-se novos ares, preparando, assim, o cenário de um futuro jornalismo que estava a chegar de cara nova. “A ciência moderna não é a única explicação possível da realidade e não há sequer qualquer razão científica para considerar melhor que as explicações alternativas da metafísica, da astrologia, da religião, da arte, ou da poesia” (SANTOS, 2006, p. 83).

Vislumbramos que essa transformação no campo do Jornalismo só se tornou possível a partir da mudança cultural que sofreu a sociedade. Entendemos, com a leitura de pensadores como Lyotard (1993) e Deleuze e Guattari (1995), que a sociedade pós-moderna começa a pensar de forma diferente e está mais aberta, possibilitando a construção de novos tipos de diálogos, grande vantagem para a estruturação do JL.

Levando-se em conta as entrevistas realizadas e o cruzamento com as referências bibliográficas, entendemos que o cenário está favorável para a perpetuação do Jornalismo Literário e faz-se necessário estudar de que forma é

possível potencializar também a divulgação cultural, a partir de sua produção no Brasil. Mais do que isso, por todas as motivações já citadas, é urgente registrar um período da história em que a era digital fomenta transformações e abre campos para um jornalismo em mutação.

1.2. Jornalismo Literário brasileiro digital

A partir de uma hipótese construída por esta pesquisadora, acredita-se que a partir do ano de 2013, uma nova era do Jornalismo Literário brasileiro começou a ser construída junto ao ambiente digital e suas possibilidades, totalmente favoráveis aos novos tipos de negócios disruptivos. Porém, é necessário apresentar o cenário internacional pioneiro, para depois apresentar o recorte brasileiro.

A partir de aspectos apresentados pela professora e pesquisadora que estuda a evolução digital da narração de histórias, Jacqueline Marino (2016, 2018), o jornalismo *longform*, de reportagens em formato longo, em geral associadas aos recursos multimídia, é recente e só apareceu a partir dos anos 2000. Sob a luz de Marino, o estado natural da web é o hipertexto e não o formato narrativo, uma vez que a escrita na web foi pensada para ser curta e direta. As histórias cativantes, com diálogos e personagens, chegaram ao digital, mas inicialmente não se encaixavam muito bem no formato pretendido.

Porém, houve um *turn-point* quando o jornal New York Times publicou a reportagem “*Snow Fall: The Avalanche em Tunnel Creek*”²⁸ (Queda de Neve: A Avalanche em Tunnel Creek), de John Branch, no ano de 2012 e ganhou o prêmio Pulitzer de *Feature Writing* (Escrita Criativa). O texto continha vídeo, mapas de tempo, animações e palavras que mantinham o leitor conectado, em média, por doze minutos. Em 2013, esse tempo já cai para oito minutos (MARINO, 2018). Desde então, o Jornalismo Literário vem mergulhando em uma nova era, na qual os jornalistas estão experimentando ferramentas digitais para cumprir objetivos literários (MARINO; JACOBSON; GUTSCHE, 2016).

²⁸ Disponível em: <http://www.nytimes.com/projects/2012/snow-fall/index.html#/?part=tunnel-creek>. Acesso em: 15 jun. 2019.

É possível citar, nessa era da tecnologia, em que o Jornalismo Literário se faz presente, lançamentos de sites como o Longreads.com²⁹, fundado em 2009. Além deste, o site WeTransfer, que nasceu em 2009 com o objetivo de possibilitar a troca de arquivos na nuvem, porém, hoje também tem uma plataforma multimídia para contar “histórias inesperadas sobre criatividade”, chamada WePresent³⁰. A temática é a criatividade dentro de assuntos como artes, música, fotografia, filmes, pessoas – de qualquer lugar do mundo.

Também surgiram *startups* que seguem essa lógica e estão implantando a cultura disruptiva, sem grandes custos com pessoal e estrutura, apresentando produtos antes jamais pensados. Criam-se, portanto, novas necessidades. Por exemplo, o Uber (transporte), o Airbnb (hotelaria), Rappi (*delivery* de produtos em geral), iFood (*delivery* de comida), entre tantos outros aplicativos que “pulam” na tela dos celulares a todo momento e fazem com que o consumidor se sinta seduzido a comprar o produto, seja qual for, por achar aquele tipo de atendimento personalizado e rápido.

Sob a visão de Flusser (2010), é necessário que a humanidade aprenda a escrever digitalmente. Também é necessário que os códigos digitais sejam decifrados para além de códigos escritos, como se fossem a continuação das imagens. Seria como aprender a escrever de novo, reaprender a transcodificar tudo o que foi escrito e também o que será escrito, para entender o processo de raciocínio não concluído, gerado em um texto digital, e isso influenciará no modo de pensar atual.

Tal aspecto traduz situações da realidade presente e faz entender que os processos de modelos disruptivos, influenciados pelo ambiente digital, têm influência direta no formato do conteúdo e no interesse do leitor por determinado tipo de texto.

As mudanças estão nos aspectos de conteúdo, organizacional e também nas formas de trabalho e relações trabalhistas, a partir das quais os jornalistas estão atuando dentro da esfera digital, pressionada pelas novas tecnologias (PEREIRA; ADGHIRNI, 2011). Além disso, nas últimas décadas do século XX, as características de mudança atuais trouxeram para o cenário jornalístico a presença de veículos alternativos que se opõem às formas hegemônicas ou discursivas predominantes, ainda mais se vislumbradas sob os aspectos da revolução tecnológica (NONATO; PACHI FILHO; FIGARO, 2018).

²⁹ Disponível em: <https://longreads.com/>. Acesso em: 15 jun. 2019.

³⁰ Disponível em: <https://wepresent.wetransfer.com>. Acesso em: 10 mar. 2019.

Importante ressaltar uma pesquisa marcante para nossos estudos, iniciada em 2016, conduzida pelo Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho (CPCT) e coordenada pela professora da Universidade de São Paulo (USP), Roseli Fíguro, intitulada “As relações de comunicação e as condições de produção no trabalho de jornalistas em arranjos econômicos alternativos às corporações de mídia”, cujo objetivo principal foi analisar as relações de comunicação e as condições de produção no trabalho jornalístico em arranjos econômicos “alternativos” às grandes corporações de mídia. A base de *corpus* desse estudo foi a mesma base inicial do *corpus* analisado para esta pesquisa, o Mapa da Mídia Independente da Agência Pública, conforme já explicado na introdução deste trabalho.

Pesquisas recentes apontam que, a partir desta nova formatação de negócios dos veículos de comunicação, principalmente dos independentes e dentro do ambiente digital, o *crowdfunding* (financiamento coletivo) foi uma das modalidades que surgiu como possibilidade de estruturação financeira, onde pessoas interessadas podem doar dinheiro de forma voluntária para aquela causa (NONATO, 2015). Seguindo esta lógica, a pesquisadora aponta que o Catarse³¹ foi o primeiro veículo no Brasil a receber esse tipo de financiamento:

O *Catarse* está no ar desde 2011, e até início de 2015 teve 1508 projetos financiados, sendo quarenta na área do jornalismo. Os 14.494 apoiadores do projeto que havia em 2011 se multiplicaram e chegaram a 89.560 em 2014. O site fica com 7,5% do valor financiado, para cobrir os custos com pessoal e manutenção. Sua proposta inclui trabalhar apenas com propostas criativas, não trabalhar com projetos de caridade e não financiar empresas. As três maiores categorias em números de projetos e dinheiro arrecadado do site são música, cinema e vídeo e comunidade (NONATO, 2015, p. 51).

Seguindo esta linha de pensamento, aqui no Brasil, é possível dizer que o Nexo³² foi a primeira organização de mídia totalmente voltada para a produção de jornalismo digital (FERREIRA DE SOUZA; LOPES DA SILVEIRA, 2017).

Para esta pesquisa, vamos usar a definição de modelo de negócio disruptivo como sendo a teoria do rompimento de padrão consistente e repetitivo, herdado de geração para geração dentro da indústria. Neste movimento, novos participantes começam a estabelecer uma posição representativa e passam a subir na rede de valores usando uma vantagem escalável e típica para entrar no mercado

³¹ Disponível em: <https://www.catarse.me>. Acesso em: 15 jun. 2019.

³² Disponível em: <https://www.nexojournal.com.br>. Acesso em: 15 jun. 2019.

com uma margem menor de lucro, alcançando seu público por entregar a demanda de forma rápida e personalizada (CHRISTENSEN; SKOK; ALLWORTH, 2012).

O conceito de disrupção foi amplificado e disseminado pelo professor de Administração de Negócios da Harvard Business School, Clayton M. Christensen (MAURÍCIO, 2018).

Passando pelo recorte do Jornalismo Literário digital, ao entrevistar os quatro fundadores dos veículos independentes de comunicação a serem estudados nesta pesquisa – Breno Costa, fundador do BRIO; Sibebe Oliveira, da Revista Sentido; Ana Magalhães, da Calle2; e Caio Maia, do Risca Faca – nota-se um consenso em relação à opinião sobre o período de efervescência e mudança dos veículos digitais no Brasil, pensados a partir de novos formatos, tanto no quesito conteúdo quanto na estruturação de negócio.

Neste caso, dos quatro exemplos escolhidos, o foco também estava em criar e proporcionar ao leitor um conteúdo diferenciado e não apenas fundar um veículo de comunicação no ambiente digital, sob os aspectos dos novos negócios. Entende-se que, ao longo do período de lançamento dos veículos (2015-2017), era necessário fazer algo novo, diferente do que já existia, e os ventos estavam favoráveis para a mudança.

Sob a visão do jornalista Breno Costa (APÊNDICE G), fundador do veículo BRIO, o período foi de efervescência, pois surgiu a Atavist (2013) e houve o *crowdfunding* do The Correspondent na Holanda, porém, no Brasil, ainda não existia nenhuma experiência *longform*, nem a Piauí digital havia surgido. Sob a mesma interpretação, a jornalista Ana Magalhães (APÊNDICE F) vislumbra um período de mudanças significativas, em que se faziam necessárias reformulações no modelo de negócio do Jornalismo como um todo.

A criação da Revista Sentido foi um exemplo de mudança oriunda de uma frustração da fundadora, Sibebe Oliveira (APÊNDICE C), enquanto jornalista. Os formatos de texto e a produção em série de conteúdos sem profundidade não agradavam mais. Além disso, buscou, na criação do seu produto, histórias que convidassem os leitores a refletirem sobre a vida. A proposta de criar algo novo também fez parte da trajetória de Caio Maia (APÊNDICE D), ao buscar escrever matérias com arte, texto, vídeo e foto, todos juntos, no Risca Faca.

À luz de Edvaldo Pereira Lima (APÊNDICE E), os sinais mostram que todas as áreas e setores do mundo dos negócios passam por mudanças muito fortes por influência do mercado digital.

Dessa forma, entende-se que o modelo de negócio tem interferência direta no produto que, no caso, é o Jornalismo Literário dentro das plataformas digitais. Sem uma construção estruturada do *business*, não há alicerce que sustente a produção de conteúdo.

1.3. Os dez pilares do Jornalismo Literário na sociedade pós-moderna

Nesta pesquisa, será usada a perspectiva dos dez pilares do Jornalismo Literário (LIMA, 2009; MARTINEZ, 2016) para as análises do *corpus*, composto por publicações dos veículos independentes brasileiros BRIO, Calle2, Revista Sentido e Risca Faca. Cabe aqui, também, a ampliação da discussão sobre os pilares por meio dos aspectos expressivos refletidos na atual sociedade pós-moderna. Os estudos de Lima (2009) são resultados evolutivos de pesquisas previamente idealizadas por Kramer (1995) e, depois, estudadas mais à frente como modalidade jornalística (MARTINEZ, 2008).

Segundo a visão de Lima (2009; 2018), dez princípios norteiam conceitualmente a modalidade do Jornalismo Literário, cujos fundamentos possuem três entradas principais, fazendo parte, assim, de um conjunto integrado de estruturação. Sob seu olhar, já é tempo de ampliarmos o horizonte de percepção da realidade, expressando descobertas através das narrativas, inserindo no mundo novamente a arte de contar histórias, colocando no texto olhares e sentimentos novos. De acordo com seus estudos, é tempo de integrar as contribuições de distintos campos de conhecimento para alavancar um novo conjunto de paradigmas para a compreensão do real. Os dez pilares são:

Exatidão e precisão: a pesquisa e a elaboração acontecem de forma detalhada e requerem uma apuração mais criteriosa. Exatidão e precisão fazem parte dos aspectos primários que ancoram textos jornalísticos. No entanto, o modo como se atende a esse quesito no Jornalismo Literário é diferente. Essas duas palavras são o ponto de partida para que o texto seja estruturado na realidade, na factualidade, na verdade, porém, fugirá da estrutura jornalística convencional. Podemos ter uma quantidade vasta e infinita – ainda mais se estruturada no ambiente digital, no qual as

linhas não têm limites – de dados, assim como em uma matéria jornalística convencional (LIMA, 2009; MARTINEZ, 2016).

Todas as linhas, exatas e precisas. O que muda aqui é o modo como essas informações são apresentadas ao leitor, fugindo da burocracia que é apenas discorrer sobre números e quantidades no formato da pirâmide invertida. Talese (2004) usa tais técnicas em seu livro *Fama & Anonimato*:

Em Nova York, há um passeador de cães profissional nas imediações das ruas 70 Leste, um psicólogo de fatos no número 141 da Lexington Avenue e uma senhora baixinha que divide seu apartamento na rua 46 com dois pombos que têm pernas de pau. Em Sutton Place, um homem pesca enguias de sua janela do décimo oitavo andar, e no número 880 da Quinta Avenida há uma mulher contratada pela Sociedade Norte-Americana de Pesquisa Psíquica para investigar fantasmas e outros fenômenos paranormais (TALESE, 2004, p. 57).

A partir do convite feito à imaginação, é possível gerar no fruidor – leitor –, a oportunidade de que ele mesmo crie neste ambiente cinematográfico, que é a sua cabeça, todos os detalhes para a construção desses personagens em um ambiente como esta rua de Nova York, após receber tantos *inputs* de dados. Sob a visão de Flusser (2010), o leitor tem papel essencial:

A literatura dirige-se a um receptor, de quem exige que a complete. Quem escreve tece fios, que devem ser recolhidos pelo receptor para serem urdidos. Só assim o texto ganha significado. O texto tem, pois, tantos significados quanto o número de leitores (FLUSSER, 2010, p. 63).

E assim quebramos o paradigma de que os textos do Jornalismo Literário são passíveis de adjetivações irrealis, quando entendemos que são baseados em uma apuração criteriosa.

Contar uma história: a narrativa é a principal forma de estruturação do texto e traz força motriz para ganhar o leitor a partir do encadeamento de ideias. Quem é que não gosta de ouvir uma boa história? A arte de contar uma boa história existe desde que a humanidade organizou-se socialmente. Os relatos sobre o mundo e seus mistérios, movimentos, a organização dos pequenos e grandes grupos, todos estes são conteúdos que se multiplicaram ao longo dos anos, desde a existência do ser humano, ou até mesmo antes dele. Existem o relato oral, as histórias contadas ao redor da fogueira dentro das cavernas, os testemunhos de guerra, os filmes, as narrativas da indústria cinematográfica, as novelas, entre outras tantas formas de se

contar algo. Porém, para se ter uma história real, é obrigatório colocar o ser humano em primeiro lugar (LIMA, 2009; MARTINEZ, 2016).

O jornalismo convencional, estruturado na técnica da pirâmide invertida, abusa do raciocínio lógico para contar uma história de forma linear e simples, levando o leitor até a se esquecer da informação segundos depois. O estilo narrativo já corresponde a uma tendência natural do ser humano e, mesmo se as ideias não estiverem encadeadas de forma cronológica, o pensamento acompanha.

Pensando que o Jornalismo Literário acompanha a literatura em suas ferramentas de linguagem, é possível ousar. Na visão de Flusser (2010), existem dois tipos de textos: o comunicativo, informativo, transmissível, que é usado na comunicação científica e é recebido pelo leitor de forma consciente. Diante disso, podemos afirmar que o discurso jornalístico convencional está dentro dessa caixa de tipo de narrativa, pois os objetos apresentados – sejam personagens ou números – são facilmente legíveis e, portanto, denotativos, interpretados da mesma forma por todos os leitores.

Sob a visão de Flusser (2010), podemos notar em todos os lugares abordagens de aparelhos de censura automáticos, como, por exemplo, nas redações dos meios de comunicação de massa que devem informar o leitor, imprimindo uma forma em alguma coisa.

Por outro lado, ainda diante dos aspectos apresentados pelo filósofo, existem os textos expressionistas, sincopados, que dão total liberdade aos seus receptores para que sejam interpretados de várias maneiras. Um tipo de literatura não consciente, que transmite mensagens mais significativas e gera reflexão e conexão com o repertório pessoal. À luz de Flusser (2010), são conotativos e deixam a porta aberta para interpretações completamente diferentes:

Um texto é sincopado quando ele próprio sempre se contradiz e, mesmo assim, flui sem lacunas. Esse tipo de texto captura o leitor, porque ele ataca a batida de seu coração, provoca-lhe contradições, entusiasma-o involuntariamente. Um texto assim é realmente aquele punho cerrado que rompe essa mídia que anestesia, e o faz para informar (FLUSSER, 2010, p. 22).

E é aqui que encaixamos o texto de Jornalismo Literário, por meio do qual é possível contar uma história que, com certeza, não irá findar em si, mesmo tendo ponto final.

Humanização: característica chave do Jornalismo Literário, a narrativa do real só é justificada se encontrarmos protagonistas e personagens humanos no roteiro dessas histórias. Os próprios personagens devem ser capazes de ter voz ativa, sem serem endeusados ou também mal ditos. A projeção da nossa própria condição humana, dentro do cotidiano, deve ser essencial para esse olhar humano do texto. Essa humanização significa colocar pessoas no eixo principal da narrativa, mostrando seu universo repleto de fatores emocionais, perfeitos ou imperfeitos, alegres ou tristes, mas capazes de serem identificados como as escolhas do personagem, junto aos seus sentimentos momentâneos. São as experiências de vida que aumentam os parágrafos de um texto, são os pontos, as vírgulas, travessões, perguntas e respostas, e tudo o que foi vivido por alguém e que será contado para outro alguém (LIMA, 2009; MARTINEZ, 2016).

A possibilidade de explorar memórias afetivas desses personagens traz ao texto um sentimento de humanização, de histórias reais, vindas de pessoas de carne e osso. E como nós, seres humanos, somos repletos de imperfeições, erros e acertos, é importante abordar o personagem em todos os seus ângulos e esferas.

A humanização auxilia no processo de compreensão da narrativa e gera identificação com os leitores, que se reconhecem no que leem. Por causa do foco na história de vida, alguns dos gêneros mais comuns produzidos em Jornalismo Literário são justamente aqueles em que a trajetória, as experiências ou as características do ser humano são o objetivo, como é o caso das biografias, dos perfis, das memórias e das narrativas de viagem.

Quando a construção de um texto tem esse pilar, entendemos que a linguagem e a oralidade estão presentes dentro de uma esfera não linear. Por ouvir personagens reais e por suas falas partirem de memórias contadas (faladas), entendemos que um texto de Jornalismo Literário muitas vezes não atende à cronologia e à ordem das coisas. A literatura está por aí, embutida nas figuras de linguagem, que podem ser amplamente usadas, com suas ferramentas de idas e vindas no tempo cronológico, nos fluxos de consciência, na reprodução dos diálogos, na estruturação peculiar do texto, entre tantas outras formas de bailar a realidade (BORGES, 2013).

Compreensão: característica que se opõe à fórmula da explicação, do relato, presente nos textos do jornalismo convencional, e que busca mostrar o mundo por perspectivas diversificadas. Esse pilar é responsável por possibilitar ao texto do

Jornalismo Literário conexão e interrelação com todos os sentidos e aspectos humanos, levando ao leitor uma compreensão de uma situação por inteiro, abrindo um leque de diferentes óticas. A principal função aqui é disseminar conhecimentos dentro de todos os seus aspectos (LIMA, 2009; MARTINEZ, 2016).

E se o conhecimento pós-moderno é absorvido de diferentes formas, já o vislumbramos pelos aspectos das novas narrativas. Sob a visão de Lyotard (1993), os jogos de linguagem foram propostos como método geral de conhecimento do saber na sociedade pós-moderna. A linguagem é o vínculo social nessa nova fase e assume um novo estatuto, tanto porque a comunicação tornou-se central, assim como porque a linguagem se diferencia da forma que apresentava antes. Agora, essas mensagens passam a ser absorvidas e compreendidas.

Universalização temática: o caminho mais comum para buscar universalidade é o aspecto humano, segundo Lima (2009). Para que isso aconteça, é necessária a apreensão da realidade e a tradução dos conhecimentos adquiridos. Nos jornais convencionais, os assuntos são organizados por grandes temas, nas chamadas editoriais. Já no Jornalismo Literário, o leitor não precisa, necessariamente, buscar apenas por um assunto, ele pode também se interessar pelo conteúdo exatamente pela abrangência de questões universais. Esse é o momento em que diferentes leitores ao redor do mundo, com diferentes culturas, podem manifestar em si sentimentos semelhantes, desencadeados pela leitura desse tipo de texto (LIMA, 2009; MARTINEZ, 2016).

Para Lima (2009), ao escolher o tema focado no ser humano, o jornalista estaria, supostamente, cumprindo com seu dever social de apresentar novas realidades e pontos de vista sobre assuntos de interesses universais.

Estilo próprio e voz autoral: o autor não se limita a escrever um texto burocrático, explicativo, apenas com informações descritivas, nem é submisso aos diálogos dos personagens. Ele pode explorar a sua capacidade de conexão e usar o repertório pessoal para ampliar a narrativa e se colocar no texto. Esse pilar é a cereja do bolo. É terminar o texto sabendo o que o autor pensa, é conhecê-lo também, além dos personagens sobre os quais fala – ou que deixa falar. É o momento em que o observador sai da sua posição de olhar atento e também deixa rastros nas linhas (LIMA, 2009; MARTINEZ, 2016).

A jornalista Eliane Brum apresenta, ao final das reportagens que escreveu para o livro *Olho da Rua*, suas impressões e sentimentos acerca dos mergulhos

profundos que foram as experiências vividas antes de escrevê-las. Fica claro o quanto o estilo próprio e a voz autoral são processos pulsantes, viscerais e, portanto, não podem ficar subentendidos nas linhas, como notas de rodapé. A voz autoral está presente nos textos da jornalista e é um exemplo de como o estilo próprio se faz presente. Para Brum (2008), o ato de escrever é algo profundo:

Escrever, para mim, é um ato físico, carnal. Quem me conhece sabe a literalidade com que vivo. E, principalmente, a literalidade com que escrevo. Eu sou o que escrevo. E não é uma imagem retórica. Eu sinto como se cada palavra, escrita dentro do meu corpo com sangue, fluidos, nervos, fosse sangue, fluidos, nervos. Quando o texto vira palavra escrita, código na tela de um computador, continua sendo carne minha. Sinto dor física, real e concreta, nesse parto. Sou tomada por essa experiência (BRUM, 2008, p.127).

Imersão: partindo do princípio de que o discurso jornalístico pode ser uma construção social, para se noticiar os fatos através do Jornalismo Literário, é preciso eleger aspectos mais profundos, que não se limitem à apuração dos mesmos. O fator imersão é um pilar, uma etapa de pesquisa intensiva (na maioria das vezes, exaustiva), somada à convivência – na maioria dos casos, vivências – com o tema e os personagens. Tema e personagem atuando em um momento, espaço e sociedade existente, real, a qual será retratada pela escrita de alguém que está vivenciando aquela situação. Neste momento, o jornalista é encarado como participante, atuante e também pode ser questionado – por si mesmo – se não está interferindo na situação. Seria diferente se o profissional não estivesse em tal momento, com um papel e caneta (LIMA, 2009; MARTINEZ, 2016)?

Pelo olhar de Brum (2008, p. 124), os próprios relatos sobre a reportagem que escreveu, chamada A casa de velhos, mostram que, por estar imersa, morando durante um tempo dentro daquele asilo, junto aos idosos, – onde viveu, ouviu, comeu, jantou, tomou café, dormiu, acordou – talvez possa ter errado ao expor segredos e relatos daquelas pessoas. Outro ponto que a jornalista traz para a própria reflexão é de que carregou um sentimento de traição por ter entrado no asilo, morado e depois saído como se nada tivesse acontecido. Além disso, Eliane Brum entendeu que expôs demais as pessoas que ali estavam, que seu ouvido ouviu demais, que ela viveu demais ali, mesmo que estivesse fazendo o papel que todos queriam: o de ouvir, ação que muitos idosos cobram, pois o tempo deles já é outro, mas ela tinha tempo para isso, ela estava ali para isso.

É possível ampliar a discussão desse pilar sob a ótica do jornalista literário que se assemelha a um antropólogo, quando olhamos para suas funções (DE CARVALHO; DE ALMEIDA EVANGELISTA, 2018):

Tanto jornalistas literários como antropólogos operam seu trabalho sendo coletores do cotidiano. São profissionais pesquisadores que vão a campo com o olhar e a escuta atentos para coletar elementos estruturais e simbólicos da vida comum, incluindo cenas, cenários, relações humanas e não humanas, diálogos e modos de organização política e social (DE CARVALHO; DE ALMEIDA EVANGELISTA, 2018, p. 836).

Após a imersão de Eliane Brum no asilo e a publicação da reportagem, sua dor foi ter mostrado demais e deixar que muitos personagens de sua história se sentissem constrangidos por terem sido tão expostos. Mesmo julgando que este tenha sido o retrato mais real que já tenha feito, talvez o momento de imersão torne o escritor daquela história tão cúmplice que nem percebe o perigo que existe em relatar a realidade depois de imergir, viver e modificá-la.

Pena (2006) acredita que a imersão é que permite atender a dois pontos importantes do Jornalismo Literário: ultrapassar os limites do acontecimento (ou do jornalismo) cotidiano, somando material para expandir seus limites temporais, e evitando os definidores primários, as famosas e conhecidas fontes legítimas. Também é aqui que se permite o exercício de cidadania, ou seja, quando um repórter tem em mãos um tema, “deve pensar em como sua abordagem pode contribuir para a formação do cidadão, para o bem comum, para a solidariedade” (PENA, 2006, p. 14), o que demandará opções que nortearão a composição formal da obra.

Simbolismo: os fatos não são formados somente por aspectos concretos e palpáveis, mas também pelos aspectos simbólicos, sublimes e entrelinhas, aos quais o autor precisa estar atento para fazer conexões com os reais significados (LIMA, 2009; MARTINEZ, 2016).

A escrita e a fala servem para a comunicação acontecer, expressar o desejo, e esta linguagem é repleta de sinais e símbolos. Jung (2016) chama de símbolo um termo, um nome ou imagem que pode ser familiar na vida cotidiana, mas que traz conotações especiais além do significado evidente e convencional. Portanto, algo vago ou desconhecido, pois o objeto é conhecido, mas as explicações simbólicas nem sempre são ditas. Quando a mente do leitor explora um símbolo, está fora do alcance do escritor saber aonde chegará a interpretação para aquelas linhas. Esses

símbolos criados não são só conscientes, mas também inconscientes, como o campo dos sonhos.

No caso do Jornalismo Literário, o simbolismo ajuda a enraizar na mente do leitor a síntese, o sentido de um acontecimento, porque ele absorve o discurso do código visual, da imagem criada e descrita daquele cenário (realidade). Os significados que não estiverem presentes necessitam de um alcance maior do leitor, mesmo que o protagonista ou personagem da história não narre nem verbalize aquilo. Sob a visão de Lima (2009), o simbolismo permite fazer a ponte entre o fato e o seu sentido universal.

Nesse tipo de texto, as metáforas são os recursos de linguagem que mais traduzem o pilar do simbolismo. Porém, não são todos os leitores que irão chegar até ao fim daquela carga simbólica oculta. Textos narrativos, como os de Jornalismo Literário, contêm muito mais do que palavras e o encadeamento delas, e autores que trabalham esse tipo de conteúdo precisam ter a habilidade de embarcar nessa viagem.

Acreditamos que o repertório pessoal tenha um peso relevante a ser considerado neste pilar, tanto do escritor quanto do leitor. A criação simbólica precisa de *inputs* bem estruturados à linguagem, para mostrar ao leitor que aquela palavra ou frase é um campo fértil, com milhões de sementes a serem regadas. Não depende apenas da fruição, mas sim da capacidade criativa de quem narra uma história.

Criatividade: o aspecto criativo pode trazer uma ampla discussão para o pilar, mas a partir da nossa interpretação, é a capacidade que o autor tem de gerar coisas novas. Coisas novas, diferentes do convencional, do que todo mundo diz, do que todo mundo compartilha, do que todo mundo gera. Extrapola as frases prontas e os raciocínios óbvios que geraram respostas esperadas. Talvez seja, no mínimo, buscar novos símbolos.

No papel de escritor da realidade, o jornalista literário organiza a história a partir da sua representação simbólica de ações, personagens e cenários. No momento de materializar os achados em forma de escrita, preparou antes – momentos vindouros do seu repertório – uma estratégia criativa para imergir naquela realidade (LIMA, 2009; MARTINEZ, 2016).

No Jornalismo Literário, o fator criatividade compara-se ao sal e à pimenta que vão atíçar no leitor o gosto por aquela leitura. Nenhuma história pode ser igual à outra, ter a mesma toada, ou ser criada a partir de uma fórmula. Bem longe disso. O desejo aqui é o de que cada texto seja único, singular e diferente dos demais.

Criatividade pode ser um método de pensamento, de construção de texto, de escolha de ferramentas e figuras de linguagem, atrelado à narrativa. Pode ser também a lente que será usada para traduzir aquela história.

Na visão de Flusser (2011), existe um novo homem engajado pela liberdade, capaz de fazer frear o aparelho³³ automático no instante desejado. Instaure-se, portanto, uma nova ordem, na qual os programas não devem mais correr rumo ao homem, mas o homem rumo ao aparelho. Essa tendência é puramente artística (criativa). As decisões livres são os resultados de combinações adquiridas, das informações armazenadas e dos processos de interação intercambiais.

Sob a ótica de Flusser, é possível notar a criatividade como uma proposta de engajamento construída a partir das estratégias concebidas no jogo. No entendimento do filósofo, o artista (aqui entendemos artista como escritor) deixa de ser visto como criador de imagens e passa a ser visto enquanto jogador que brinca com pedaços disponíveis de informação. Acreditamos que o Jornalismo Literário deve servir de palco para tudo isso e, neste quadro, o escritor (jornalista literário) deve ser um grande jogador criativo, brincando com as informações do jeito que ele quiser. Sem criar fatos, sem distorcer. Neste ponto, entra a responsabilidade ética.

Responsabilidade ética: o Jornalismo Literário tem um compromisso fiel com a realidade e sua credibilidade depende disso para que ele continue a existir. Não há, nesse tipo de texto, conteúdos ficcionais. Quando o leitor vai ler uma narrativa de viagem, um livro-reportagem, uma biografia, ele não espera encontrar ali fantasias nem números fictícios. A responsabilidade ética, neste caso, está abraçada à reputação do autor do texto. Uma vez perdida, é impossível recuperá-la. Cabe ao jornalista dar respostas éticas para as causas sociais (LIMA, 2009; MARTINEZ, 2016).

Dessa forma, torna-se necessário mergulhar no assunto com o máximo de honestidade possível para apurar, investigar, comprovar situações, rever fatos, questionar diálogos, assim como todo jornalista investiga e apura fatos. É papel do jornalista é colocar tudo isso na história, sempre de uma forma a englobar diferentes visões e pontos de vista. Nesse movimento, também não entram julgamentos nem preconceções. Apenas a humildade de buscar a verdade total e infinita.

³³ Não haverá aprofundamento da teoria, apenas a citação de que, na visão de Flusser (2011), os aparelhos foram inventados para transformar a vida do homem. Eles são os emissores (*softwares*) inseridos no centro da sociedade contemporânea com o objetivo de dispersar os seus funcionários para um comportamento estritamente programado.

O que importa é o pacto implícito que o escritor irá fazer com o leitor a partir do momento em que ele adota uma postura transparente. Além do pacto com o leitor, o autor faz um pacto com o personagem. E aqui mora o risco grande de não se cumprir a responsabilidade ética. Uma vez que este mesmo autor passou pela imersão e teve admiração ou asco pelos personagens, ele deverá desenvolver um distanciamento crítico, para poder escrever ou não determinadas coisas, e assim mostrar, desde o início desta relação, as regras do jogo.

Na opinião desta pesquisadora, todos esses pilares podem ser sentidos se o entrevistado está conectado com as sutilezas da condução de uma entrevista para a elaboração de um texto de Jornalismo Literário. Comprovamos a questão ao perguntar para Thais Pegoraro (em entrevista concedida no dia 7 de fevereiro de 2018, ao vivo) sobre a criação da reportagem Para dentro e para fora de si³⁴, publicada no dia 31 de outubro de 2017, na Revista Sentido, a qual conta sua história como montanhista:

Por poder comparar com outras entrevistas que fiz, notei algumas diferenças de abordagem: a duração (muito mais longa); o preparo (certamente para fazer o tipo de pergunta que fez teve que se preparar); o status de “não” entrevista (isso foi muito importante porque deu um ar de intimismo que favoreceu a fala sobre coisas que eu não falei em outras entrevistas); o tipo de pergunta (como se o óbvio e os fatos você já tivesse investigado, então tinha sobrado espaço para coisas mais profundidade, entrelinhas e ramificações). Foi muito diferente de tudo que eu já tinha experimentado. Acho que foi um processo muito rico e que ainda assim não me dava a dimensão do que seria o produto final, porque eu imaginava um texto muito mais simples. Como foi possível você escrever tudo o que escreveu coletando “só” o que você coletou, entende? Me colocou a imaginar o quão rico é o seu processo de escrita para extrair, dentro daquelas horas, tanto suco! Porque geralmente o texto é mais pobre do que a conversa e naquele caso o texto foi mais rico do que a conversa (APÊNDICE A).

Martinez (2016, p. 177) ressalta que, idealmente, o mergulho no real “exigiria deixar de lado a persona do jornalista inquisidor, ou seja, daquele profissional cujo diploma lhe outorgaria o direito de perguntar de maneira muitas vezes sem pudor”. É aí que entra o tal jornalista ouvidor, um ser humano disposto a ouvir histórias sem interferir; sem, talvez, ter um bloco de anotações com perguntas formais e prontas para aquela situação. Entendemos que este modelo de roteiro atingiria um nível de diálogo mais óbvio do que profundo, e talvez o status da entrevista fosse o de sanar questões simples para aquele momento.

³⁴ Disponível em: <http://revistasentido.com/paradentroeparaforadesi>. Acesso em: 15 jun. 2019.

A escolha pela construção de um texto mais profundo, se usarmos os pilares do Jornalismo Literário, é um exercício de autoconhecimento, em primeiro lugar. Além disso, traz para o escritor-jornalista a possibilidade de transformação.

2. OS VEÍCULOS BRIO, CALLE2, REVISTA SENTIDO E RISCA FACA

O *corpus* desta pesquisa é composto por quatro veículos de comunicação digital independentes brasileiros: BRIO, Calle2, Revista Sentido e Risca Faca. O material de análise é constituído por amostragem qualitativa (BARDIN, 2016), sendo utilizada uma reportagem de cada veículo, analisadas a partir dos dez pilares do Jornalismo Literário (LIMA, 2009; MARTINEZ, 2016). A principal finalidade é estudar e entender se os veículos tiveram inserções de textos nos moldes do JL.

O formato para as entrevistas semiestruturadas reúne roteiro de questionamentos básicos que orientam o diálogo entre o pesquisador e o entrevistado. Os questionamentos são apoiados no embasamento teórico e nas informações reunidas pelo pesquisador e se relacionam ao tema da pesquisa (MANZINI, 2003).

A distribuição do *corpus* será feita em ordem alfabética, em busca de elementos que validem os dez pilares do Jornalismo Literário (LIMA, 2009; MARTINEZ, 2016), destacados abaixo, porém, as análises não acompanham a sequência: 1. Exatidão e precisão; 2. Contar uma história; 3. Humanização; 4. Compreensão; 5. Universalização temática; 6. Estilo próprio ou voz autoral; 7. Imersão; 8. Simbolismo; 9. Criatividade; 10. Responsabilidade ética.

2.1. BRIO

Idealizado pelo jornalista Breno Costa, o BRIO³⁵ nasceu em maio de 2015, dois anos depois das preparações e desenho estrutural de implantação. Em entrevista concedida por *Skype* para esta pesquisa, no dia 9 de maio de 2018, Breno apontou motivações pessoais que o levaram a buscar concretizar a ideia:

³⁵ Disponível em: <https://medium.com/brio-stories>. Acesso em: 10 mar. 2019.

Em 2013 eu trabalhava na Folha de S. Paulo e a situação em relação ao mercado não era tão feia quanto agora, mas já era ruim. Eu, particularmente, acompanhava muito notícias e relatórios sobre hábitos de consumo de informação e novas iniciativas no mercado no Brasil e fora também. Eu tinha aquele comichão de querer fazer alguma coisa porque eu entendia que a lógica ali é que, quanto mais se destaca, mais você fica perto de ser demitido porque seu salário está muito alto. O jornalismo tem feito isso com muita gente experiente (APÊNDICE G).

Breno Costa atuou como repórter até 2013 pela Folha de S. Paulo, nas áreas de política, administração pública, orçamento e também em trabalhos investigativos em Brasília, São Paulo e como correspondente em Belo Horizonte. Deixou o jornal para se dedicar à criação do BRIO. Já publicou também no The Intercept Brasil, revista Piauí, entre outros, e atualmente é responsável pelo seu projeto pessoal, a newsletter Brasil Real Oficial e continua cuidando do projeto do BRIO Hunter – desdobramento do BRIO – pólo de serviços desenvolvidos para freelancers, repórteres, editores e estudantes como uma espécie de escola de cursos.

O BRIO foi lançado dentro de uma plataforma própria, porém, depois de pouco tempo, migrou para um espaço chamado medium³⁶ com o nome de BRIO Stories. Nesta pesquisa, iremos nos referir ao nome do veículo como em seu lançamento inicial: apenas BRIO.

Quando o veículo foi criado, a ideia era de que fossem oferecidas reportagens *longform* para o leitor. Para a implantação do projeto, a equipe, formada por cinco sócios, contou com um investidor-anjo – responsável por fazer aporte financeiro – que tinha dinheiro para apostar e ampliar o projeto para outros lugares do mundo. Motivo este que incentivou a abertura do CNPJ da empresa nos EUA, para lidar futuramente com pagamentos globais.

Em sua concepção, o veículo nasceu com a proposta de trazer “histórias reais e jornalismo de fôlego para quem gosta de ter assunto”, a partir de publicações mensais como grandes reportagens. Dois meses depois do lançamento, a parte dos negócios teve problemas estruturais e, dos cinco sócios, apenas Breno quis levar o projeto para frente, porém, dentro do medium, espaço com perfil de blog e gratuito, o que o fez, assim, desistir da plataforma original.

³⁶ O medium é uma rede social gratuita que não permite anúncios e tem um ar de blog. Possibilita a publicação gratuita de conteúdos longos, com fotos, áudios, vídeos e se tornou um espaço multimídia utilizado pelos blogueiros de plantão. Permite assinatura de seguidores, ainda que de forma gratuita.

A questão de abrir um *crowdfunding* já era conhecida pelos fundadores, mas havia a certeza de que esse formato de arrecadação de dinheiro não seguraria o projeto.

No Facebook, a página tem mais de 16.000 seguidores, no entanto, a última publicação foi em novembro de 2016. No *post*, a equipe deixa a seguinte mensagem: “mas devemos ser sinceros, como temos sido ao longo de toda essa jornada: não temos braço para fazer mais do que isso no momento (pelo menos você não terá um *flood* na sua *timeline*...)”. Logo em seguida, anunciam um novo canal chamado BRIO HUNTER, uma agência que vende pacotes de cursos para formar jornalistas capazes de produzirem conteúdo original, com retorno financeiro.

A última reportagem publicada foi em novembro de 2016, quando anunciaram a mudança no foco do negócio e, desde então, percebe-se que a equipe apenas vende cursos para a formação de jornalistas e tenta, através de publicações em outras redes sociais, formar um grupo seletivo de pessoas que se interessem por essa temática dentro do jornalismo ou até mesmo fora dele. Atualmente, focam o negócio dentro dos preâmbulos do marketing digital, trazendo aspectos desse mundo da venda de *e-books*, criação de *podcasts* e cursos com vagas para jornalistas que buscam uma “formação de alto nível”.

Como amostra qualitativa, será analisada uma reportagem chamada A morte do caboclo d’água³⁷, a partir dos dez pilares do Jornalismo Literário (LIMA, 2009; MARTINEZ, 2016).

Quadro 1 – Associação dos 10 pilares do JL no BRIO

1º	2º	3º	4º	5º	6º	7º	8º	9º	10º
x	x	x	x	X	x	x	x	x	x

Fonte: elaboração própria.

Título: A morte do caboclo d’água

Autoras: Maria Paloma de Salvo e Karla Mendes

Data de publicação: 6 de janeiro de 2016

Quantidade de palavras: 101.020 (com espaço)

³⁷ Disponível em: <https://medium.com/brio-stories/ato-1-b141fc0ec404>. Acesso em: 10 mar. 2019.

A reportagem conta a história da pequena cidade de Mariana (MG), que foi engolida por lama quando a mineradora Samarco rompeu sua barragem em novembro de 2015, causando um desastre ambiental.

Todo o conteúdo foi dividido em 5 atos (capítulos), publicados em datas diferentes ao longo do mesmo mês (dia 6, 11, 15, 19 e 22 de janeiro de 2016). Os textos contêm ilustrações, fotos e documentos e, ao final da série, a equipe deixa um recado para o leitor: “Se você chegou ao final desta história, o nosso muito obrigado e um parabéns: você é um(a) consumidor(a) de jornalismo de qualidade e profundo!”.

Logo na abertura, é possível notar a presença do pilar **criatividade**, quando se lê, na primeira linha, apenas a frase: “O chão treme”. Tão representativo que também é possível já considerá-lo como outro pilar, o do **simbolismo**. A reportagem fala de uma mineradora. E o que uma mineradora faz? Explora grandes áreas e espaços de terra e, conseqüentemente, faz o chão tremer. Uma abertura simples e criativa, cheia de símbolos a serem traduzidos pelo leitor.

E, assim, o motorista Renato se torna personagem principal da trama que vai se desenrolar, a partir da sua rotina diária. O pilar **humanização** sustenta todo o primeiro capítulo e também os outros quatro, que fazem a sequência em atos:

A manhã da quinta-feira, dia 5 de novembro, começa como todas as outras para o motorista, que vive sozinho. Levanta-se às 5h30 e às 7h está no volante do caminhão, com capacete e outros equipamentos de segurança. Faz algumas viagens até o pé da barragem de Germano. Descansa num lugar mais alto quando, de repente, por volta das 11h, sente a terra tremer (SALVO; MENDES, 2016).

Renato estranha e decide acionar seu rádio em busca de notícias. Toda a comunicação entre a Samarco e os funcionários da mina é feita por um sistema de três faixas de rádio. As faixas 1 e 2 são usadas para comunicação geral e a faixa 3 apenas para emergência. Renato sintoniza as estações, mas todas estão mudas. Nenhum aviso. Olha para os lados, mas não vê nada de anormal. Apenas o vale de morros destruídos pela mineração (SALVO; MENDES, 2016).

A rotina da mina segue. Explosivos continuam a ser detonados para derrubar nacos de montanha para a extração do minério de ferro. Pausa para o almoço. Por volta das 13h, outro tremor. A mineradora não emite nenhum alerta pelo rádio. Renato e outros empregados continuam trabalhando normalmente (SALVO; MENDES, 2016).

As autoras **contam uma história** encadeada, que prende a atenção do leitor para saber o que irá acontecer após o rompimento da barragem. O sufoco dos

personagens deixa a história ainda mais catastrófica quando as aspas e travessões aparecem e narram o momento do acidente.

Com **exatidão e precisão**, os dados vão sendo apontados:

Minutos depois, um tsunami de lama é expelido da barragem. Com a força da gravidade, ela começa a se deslocar numa velocidade entre 5 e 6 quilômetros por hora, arrastando tudo que encontra pela frente. A lama não demora a dizimar a região, enterrando carros, casas, pomares, galinheiros, jardins, fotografias, memórias e vidas. São 62 bilhões de litros de barro jorrando por duas das barragens da Samarco, Fundão e Santarém. É algo quase inimaginável, mas tente visualizar 25 mil piscinas olímpicas cheias de lama vazando violenta e descontroladamente sobre a natureza. O maior desastre ambiental da história do Brasil acontecia naquele momento (SALVO; MENDES, 2016).

O **estilo próprio e a voz autoral**, poéticos, em meio à catástrofe, podem ser encontrados em diversos momentos do texto, como em: “Os pássaros habituais da região eram pouco a pouco substituídos por helicópteros da polícia e de canais de TV, que começam a sobrevoar a área em busca de imagens e de sobreviventes” (SALVO; MENDES, 2016).

Ao longo da reportagem, é possível encontrar imagens dos documentos de licenças ambientais, por exemplo, que validam a **responsabilidade ética** da cobertura jornalística feita. E o desastre ambiental é um tema universal e faz jus ao pilar **universalização temática**.

Nos cinco atos, é possível ler e reler as falas de moradores locais, funcionários da mineradora, funcionários do governo, promotores envolvidos no caso, entre outros personagens que contam a história a partir do seu viés, validando assim o pilar da **compreensão**.

Dada a quantidade de personagens inseridos, descrições de cenas, diálogos, detalhamento e precisão dos fatos, fotos e de todo o material levantado, fica claro o quanto houve **imersão**, por parte das duas jornalistas autoras do texto, para realizar a cobertura de uma tragédia tão significativa para o Brasil. Foi feito um retrato diferente, se comparado ao jornalismo convencional.

2.2. Calle2

Idealizada pela jornalista Ana Magalhães, a Calle2³⁸ foi lançada em novembro de 2015 e ainda existe. É atualizada com a publicação de novas reportagens, porém, sem periodicidade fixa. É um veículo independente de comunicação e se apresenta como uma “revista digital de jornalismo narrativo”, que se propõe a retratar um novo olhar sobre a América Latina. Tem conteúdo totalmente gratuito e desenho específico para ser acessado também via *tablets* e *smartphones*. Seu manifesto diz que o conteúdo apresentado pretende olhar e retratar o cotidiano do continente, que não é muito explorado pela imprensa brasileira.

Ana Magalhães foi a editora-chefe da revista e idealizadora do projeto como um todo, mas agora não ocupa mais o cargo. Jornalista, mestre em Ciências Políticas, pós-graduada em Jornalismo Literário, passou por jornais como Folha de S. Paulo, Agora, O Tempo, colaborou com revistas como a TRIP, Veja SP e Época São Paulo e, hoje em dia, atua como coordenadora da Repórter Brasil³⁹.

A Calle2 nasceu com periodicidade semanal, com foco em grandes reportagens, crônicas, entrevistas, perfis, ensaios fotográficos e análises que “pretendem retratar, além das boas histórias, as injustiças de uma região ainda tão desigual”, como diz o manifesto. A matéria-prima para os textos são as histórias que vêm das ruas. A promessa da revista ao leitor é de que ele encontrará bons narradores, responsáveis por apresentar um novo olhar para os fatos cotidianos.

Calle2 faz referência ao ponto mais ao norte da América Latina, onde fica o povoado de Los Algodones, fronteira do México com os EUA, a 241km de Tijuana. A proposta também é de que o leitor se apaixone pela América Latina, mostrando que o mundo pode ter menos fronteiras, ser mais tolerante e ter menos preconceito.

O projeto teve início no formato de uma revista impressa, em 2014, quando a equipe de fundadores participou de uma edição piloto e foi finalista do Prêmio Brasil Criativo na categoria Mídia Impressa, obtendo o maior número de votos na internet. A revista digital foi ao ar em 25 de novembro de 2015. Atualmente, a Calle2 não tem mais periodicidade fixa e está prestes a encerrar as atividades.

A revista recebeu o aporte pessoal de quarenta mil reais do bolso de Ana Magalhães, vindo de uma herança após o falecimento de sua mãe.

O projeto nasceu como uma revista impressa para ser vendida em livrarias, com baixo custo, sem a produção de textos originais e seria uma “republicadora” de

³⁸ Disponível em: www.calle2.com. Acesso em: 9 mar. 2019.

³⁹ Disponível em: <https://reporterbrasil.org.br>. Acesso em: 10 mar. 2019.

textos de Jornalismo Literário de outros veículos. Porém, nunca houve investimento para esse formato de publicação e logo Ana constatou que deveria colocar a Calle2 na internet.

No conselho editorial, está Edvaldo Pereira Lima, escritor, jornalista, cofundador da Academia Brasileira de Jornalismo Literário e professor aposentado da USP. Além dele, Sérgio Kraselis, jornalista com mais de 35 anos de experiência na grande imprensa, com passagem pela Folha de S. Paulo, O Estado de S. Paulo e IstoÉ. Zerella Neto também faz parte do conselho editorial e é fotógrafo profissional, artista plástico e dono do estúdio Kott, conhecido por fazer pesquisas de imersão em seus objetos de estudo.

O corpo de colaboradores é formado por mais de 50 nomes, todos *freelancers*. A revista não tem nenhum tipo de contrato formal com os correspondentes e paga de trezentos a quinhentos reais por matéria publicada, dependendo do interesse despertado e da localização geográfica da pauta. Também não tem sede fixa.

As editorias são divididas em: sociedade, pessoas, lugares, cultura, esporte, análise, fotografia e também há um espaço para quatro colunistas: Antônio Strini, com a coluna Calle Deportiva, falando sobre esporte, principalmente futebol; Juliana Gonçalves, com Negra sí, negra soy, com histórias sobre mulheres, principalmente negras; e Maria Teresa Junqueira Meinberg, com Aviso aos navegantes, com textos sobre a Amazônia.

A página da Calle2 no Facebook tem mais de 17.000 curtidas e poucas inserções patrocinadas. Sua primeira reportagem, a de lançamento, foi uma entrevista exclusiva com o ex-presidente do Uruguai, Pepe Mujica. Foram 792 curtidas e 251 compartilhamentos. Em 2 de dezembro de 2016, lançou com exclusividade uma matéria que falava sobre o Governo Temer, denunciado à Organização dos Estados Americanos (OEA) por violação aos direitos humanos. Foram 5,2 mil curtidas e 1.742 compartilhamentos.

Participou também como finalista do Prêmio FEAC da Região Metropolitana de Campinas (RMC), na categoria jornalismo *online*, com a matéria “Um jogo de gigantes”, de autoria desta pesquisadora, na qual conta-se a história de um time de *rugby* de cadeira de rodas de Campinas, chamado Gigantes.

A Calle2 também foi um dos sete projetos selecionados para participar de um evento de jornalistas empreendedores em Cartagena, organizado pela FNPI (La

Fundación Gabriel García Márquez para el Nuevo Periodismo Iberoamericano). Para o evento, foram mais de 40 jornalistas ibero-americanos convidados, com projetos de jornalismo independente.

Sua sustentação econômica foi planejada para ter três fases: investimento inicial pessoal de Ana Magalhães, o *crowdfunding* e, por último, a busca de patrocínio. Também havia o desejo de que fossem vendidos anúncios e o projeto concorresse em editais culturais no Brasil.

Em entrevista concedida para esta pesquisa por *Skype*, no dia 19 de março de 2018, a jornalista Ana Magalhães esclarece, a partir de sua experiência, que vive-se atualmente uma era de crise do modelo de negócios:

Tendo a achar que a gente vive hoje no jornalismo, não só no jornalismo online ou no Jornalismo Literário, uma crise de modelo de negócios. Os grandes jornais passaram anos se sustentando com anunciantes e esse modelo não está se sustentando mais. Há uma perda de anunciantes para o *Google* e *Facebook*, há uma restrição de circulação e os grandes jornais estão começando a reduzir papel para reduzir custo e começando a cobrar assinaturas na internet (APÊNDICE F).

Em 2016, após um ano do nascimento da revista, foi feita uma campanha de *crowdfunding* para arrecadar dinheiro e seguir para os próximos passos. Com um vídeo publicitário que chamava para colaborar com a campanha, Gregório Duvivier (ator, roteirista, dublador e comediante) falava que o jornalismo não estava morrendo, mas quem estava morrendo era o jornalismo jurássico, um formato que não estava sabendo dialogar com as pessoas. A revista contou com a doação de 218 pessoas, recebendo vinte e sete mil reais, número surpreendente para a equipe de gestão da Calle2. O valor recebido segurou a revista e seus custos por mais de um ano.

No início, a revista tinha periodicidade semanal e quatro publicações saíam toda quarta-feira. Entretanto, hoje a logística não é mais a mesma e passou-se a publicar sem nenhum tipo de periodicidade fixa.

Em maio de 2017, na época de uma crise na Venezuela, foi publicada uma matéria na qual quatro estudiosos latino-americanos mostravam suas opiniões para entender o que significava a crise. Em junho, na data do aniversário de 89 anos de Che Guevara, saiu um roteiro turístico sobre o interior da Bolívia, passando por pontos importantes onde ele viveu. Nota-se, com estes exemplos, que as pautas da revista também conversam com os acontecimentos que estão em alta na grande imprensa, questão a ser abordada mais à frente.

O tom do texto narrativo se dá apenas nas editorias de “pessoas”, “lugares” e “esporte”, nas quais os perfis e a descrição dos pontos turísticos trazem uma linguagem mais literária. Olhando para as outras matérias, é possível notar o tom convencional do jornalismo *hard-news*, principalmente na editoria “sociedade”, na qual está localizado o maior número de publicações.

Ao ser questionada sobre textos que marcaram a memória da Calle2, Ana Magalhães ressalta e elenca algumas publicações que, tem certeza, foram feitas a partir dos elementos do Jornalismo Literário: Yoro: a cidade da chuva de peixes, de Albany Flores Garca; O mundo mágico do livre brincar⁴⁰, de Bárbara Rocha; O empreendedor por trás da moda das barbearias⁴¹, de Juliana Damante; O último arquiteto em vigília pela utopia inacabada⁴², de Beatriz Macruz e Guilherme Zocchio; Um jogo de gigantes⁴³, de Juliana Damante; Os sambas da rua 2⁴⁴, de Guilherme Soares Dias.

A seguir, será analisado o texto Yoro: a cidade da chuva de peixes, de Albany Flores Garca⁴⁵, a partir dos dez pilares do Jornalismo Literário (LIMA, 2009; MARTINEZ, 2016). A escolha dessa reportagem, além de gosto pessoal, foi indicação da própria Ana Magalhães, por acreditar ser um dos textos mais fiéis ao Jornalismo Literário.

Quadro 2 – Associação dos 10 pilares do JL na Calle2

1º	2º	3º	4º	5º	6º	7º	8º	9º	10º
x	x	x	X	x	x	X	x	x	X

Fonte: elaboração própria.

Título: Yoro: A cidade da chuva de peixes

Autor: Albany Flores Garca

Data de publicação: 09/08/2017

Quantidade de palavras: 4.988 (com espaço)

⁴⁰ Disponível em: <https://calle2.com/o-mundo-magico-do-livre-brincar>. Acesso em: 20 out. 2018.

⁴¹ Disponível em: <https://calle2.com/o-emprendedor-por-tras-da-moda-das-barbearias>. Acesso em: 20 out. 2018.

⁴² Disponível em: <https://calle2.com/o-ultimo-arquiteto-em-vigilia-pela-utopia-inacabada>. Acesso em: 20 out. 2018.

⁴³ Disponível em: <https://calle2.com/um-jogo-de-gigantes>. Acesso em: 20 out. 2018.

⁴⁴ Disponível em: <https://calle2.com/os-sambas-da-rua-2>. Acesso em: 20 out. 2018.

⁴⁵ Disponível em: <https://calle2.com/yoro-a-cidade-da-chuva-de-peixes>. Acesso em: 9 mar. 2019.

A reportagem já se inicia em primeira pessoa, característica marcante que traz um dos pilares, o **estilo próprio e voz autoral**, que indica que o autor pode (e deve) não se limitar apenas à explicação de dados, nem à submissão às fontes, além de poder usar o próprio repertório para ampliar a narrativa:

Eu era um garoto, e pela primeira vez o mundo me havia sido revelado inusitadamente. Não era a primeira vez que ouvia falar do poeta. Havia escutado seus versos recitados por um homem do qual me recordo vagamente, mas que por alguma razão me impressionara - ainda que não o compreendesse - por suas palavras e gestos. Se chamava Daniel Cano Andrade. Era um grande poeta yorenho, como soube anos depois (GARCA, 2017).

A seguir, no próximo trecho, podemos encontrar dois pilares: **contar uma boa história e exatidão e precisão**. Também ressalta-se a importância que a riqueza de detalhes traz. Quanto mais dados, mais é possível criar imagens na memória do leitor, para que ele desenhe em sua mente exatamente o local onde acontece a cena:

Aconteceu em um 3 de maio de 1998. Era dia da Paixão de Cristo, e numa casa cristã como a nossa, duas coisas se sabia nessa data: haveria uma pequena cruz de madeira na porta de entrada, e choveria (GARCA, 2017).

Nas próximas linhas, encontramos uma frase poética, que faz jus ao pilar do **simbolismo**: “Só se esperava os peixes caindo com as chuvas” (GARCA, 2017). A beleza que se constrói vai realmente além da concretude dos fatos: são os aspectos simbólicos que um excerto como esse traz para a leitura. É como se parássemos para um suspiro, para imaginar a cena e depois voltar aos fatos reais. Mesmo que a afirmação seja uma constatação real, existe um quê poético, um quê de sentimento ali embutido.

O pilar da **compreensão** pode ser claramente identificado quando lemos o trecho a seguir: “Lembro que fui um menino feliz, mesmo num país tomado pela corrupção, depressão econômica, dívida pública e com toda a devastação deixada pelo furacão Mitch, a maior tragédia da natureza de nossa história” (GARCA, 2017). E, na sequência, notamos o pilar da **exatidão e precisão**, novamente:

No final do ano nós demos mais risadas, pois, devido aos danos humanos, materiais e econômicos que as chuvas haviam deixado, em novembro de 1998, quando voltamos para a Escola Daniel Quiróz Guía Técnica N°11, nossa professora, Teresa Licono, nos informou que devido à difícil situação

que o país atravessava, todos os alunos haviam sido aprovados em seu curso (GARÇA, 2017).

A **humanização** está no seu próprio personagem, narrador, totalmente imerso naquele mundo. Com todos esses pilares apontados, a **criatividade** não é uma escolha, já é resultado, muito além de um pilar analítico. Um texto como esse nos faz montar em um triciclo e sair andando, depois de empinar pipa, na rua de casa. Também nos faz chupar sorvete e sujar a camiseta, ficar com bigode de leite, perguntar “por quê” mais vezes e, às vezes, fazer xixi na cama enquanto dormimos. Um texto como esse é realidade, mas é pura poesia da infância.

O texto não apresenta recursos multimídias, apenas *hiperlinks* para acesso a outros *sites*, caso o leitor esteja interessado em entender mais profundamente sobre figuras citadas – como quem foi o poeta hondurenho Roberto Sosa, ou o físico francês André-Marie Ampère – como também em sanar dúvidas sobre alguns assuntos temáticos, como a devastação feita pelo furacão Mitch.

A narrativa cumpre com seu objetivo, que é o de mostrar uma fotografia real daquele bairro, Santiago, a partir das memórias do próprio autor, relação direta com o pilar de **imersão**. Apresenta também o pilar **universalização temática**, uma vez que fala sobre memórias de infância. O recorte que a Calle2 tem é o de retratar histórias da América Latina e, neste caso, cumpre com a **responsabilidade ética** do texto, demonstrando compromisso fiel com a realidade regional.

2.3. Revista Sentido

Idealizada pela jornalista Sibebe Oliveira, a Revista Sentido⁴⁶ foi um projeto independente, lançado em julho de 2017 com periodicidade bimestral, e durou 6 meses. “O que acontece no mundo faz sentido?”. Com esta pergunta, a proposta da revista foi criada com a missão de retratar a realidade da forma mais fiel possível.

Sibebe Oliveira já foi repórter de jornais e revistas, editora, assessora de imprensa, escritora, produtora de conteúdos institucionais e audiovisuais (*teasers* e documentários). Formada em Comunicação Social/Jornalismo e pós-graduada em Jornalismo Literário, ao longo de mais de dez anos de carreira, escreveu reportagens para publicações da imprensa brasileira. Em assessoria de imprensa, atendeu

⁴⁶ Disponível em: www.revistasentido.com. Acesso em: 20 out. 2018.

empresas de grande porte, e em sua bagagem profissional, incluiu também um livro-reportagem que escreveu sobre a história da Cruz Vermelha e o dia-a-dia de voluntários que atuam em missões humanitárias. Hoje em dia, trabalha como *freelancer* e encerrou, até o momento, as atividades com a Revista Sentido.

O aporte inicial do projeto foi feito com o próprio *budget* pessoal de Sibebe. O valor pago por matéria era de trezentos reais e todos os colaboradores eram *freelancers*, sem vínculo algum com a revista. Não existia uma sede e a jornalista trabalhava em sua própria casa. Em princípio, o planejamento financeiro para dar continuidade ao projeto era de que as próximas edições, depois da primeira, saíssem com patrocínio de investidores, mas isso não se concretizou.

Dentre os maiores problemas que Sibebe enfrentou para continuar o projeto, está a falta de investimento financeiro. Em entrevista concedida a esta pesquisa, a jornalista apontou algumas falhas estruturais, às quais tentou cobrir assumindo o papel de vários profissionais:

Os principais foram não ter dinheiro suficiente para investir no projeto, não ter um profissional de marketing que divulgasse mais a revista, o *website* que no começo dava problemas sem parar e a social media que largou o trabalho logo no primeiro mês. Coube a mim cuidar também das redes sociais, mesmo sem ter experiência. Fora isso, alguns colaboradores não cumpriam o prazo de entrega das matérias, o que atrasava todo o cronograma (APÊNDICE C).

Na página do Facebook, somam-se mais de onze mil seguidores. Foram feitos vários aportes em anúncios pagos nas redes sociais para divulgação da marca e nome da revista, além do investimento de mil e quinhentos reais em um profissional *freelancer* para o trabalho com anúncios em plataformas digitais, mas que não trouxe resultado nenhum. Foram investidos mil novecentos e oitenta e três reais em impulsionamentos patrocinados no Facebook.

As editorias não trazem nomes convencionais. Existe ousadia ao colocar tópicos diferentes e um esforço em explicar do que se tratam, ao se passar o cursor sobre cada uma:

- **além da superfície:** reportagens especiais sobre temas importantes da atualidade;
- **conversa interior:** nossa relação com outro, conosco e com a realidade. O que está por trás dos nossos comportamentos;
- **saberes do nosso tempo:** conhecimentos produzidos pelo homem. Descobertas que mudam nossas vidas;

- **em nome do bem:** pessoas, organizações, empresas que querem fazer do mundo um lugar melhor para se viver;
- **terra a nossa casa:** notícias do nosso planeta. Como tratamos e as marcas que deixamos nele;
- **pelos olhos da arte:** as expressões culturais dos nossos dias. Sensibilidade, criatividade e consciência para retratar o mundo;
- **ficou na história:** lugares que foram importantes, costumes do passado, pessoas que marcaram épocas;
- **espelho do anonimato:** histórias de pessoas comuns que passam por transformações, lutam por ideias e buscam um significado para a vida;
- **outros horizontes:** retratos de quem acredita que ir para longe é a melhor forma de chegar mais perto de si mesmo;
- **pensamento livre:** reflexões sobre fatos e questionamentos que o presente nos faz;
- **cotidiano em cenas:** documentários e videorreportagens sobre assuntos diversos. A realidade contada por quem a vive;
- **o universo de uma imagem:** fotos, desenhos e ilustrações que contam uma história sem palavras.

Em sua edição de lançamento, a revista trouxe uma entrevista com o escritor Milton Hatoum e teve 132 compartilhamentos no Facebook. Outra reportagem com essa média de repercussão foi sobre o famoso palacete abandonado na Avenida Paulista, em São Paulo, com profundo mergulho na história da família que construiu o imóvel e o porquê do abandono. Um perfil de um rapaz que nunca foi adotado também mostra a escolha por pautas diferentes das convencionais.

Ao fazer uma leitura flutuante dos conteúdos da Revista Sentido, é possível perceber que os textos publicados têm marca forte do Jornalismo Literário e estão enraizados desde a concepção das pautas até o conteúdo, em si.

Vamos analisar, a seguir, o texto chamado Efeitos colaterais da evolução⁴⁷, a partir dos dez pilares do Jornalismo Literário (LIMA, 2009; MARTINEZ, 2016).

Quadro 3 – Associação dos 10 pilares do JL na Revista Sentido

1º	2º	3º	4º	5º	6º	7º	8º	9º	10º
x	x	x	x	x		x		x	x

Fonte: elaboração própria.

Título: Efeitos colaterais da evolução

Autora: Andréa Ascensão

Data de publicação: 2017

Quantidade de palavras: 23.571 (com espaço)

⁴⁷ Disponível em: <http://revistasentido.com/efeitos-colaterais-da-evolucao>. Acesso em: 9 mar. 2019.

A história escolhida tem uma única temática e conta a história de três personagens que têm profissões quase extintas: ascensor de elevador, tocador de realejo, atriz de radionovela. Com isso, acreditamos que comece aqui, também, o papel do Jornalismo Literário, que é o de contar histórias de anônimos que não teriam tanta voz, uma vez que cumprem suas rotinas sem nenhum fato extraordinário, a não ser “viver” a sua própria história. E isso já é ponto-chave no texto: **humanização**. Principal fio condutor das histórias deste texto, no qual logo na abertura já vemos travessões e falas de Valdemir Araújo de Souza, o ascensorista do edifício do Sindicato dos Trabalhadores em Edifícios Comerciais e Residenciais de São Paulo.

A autora **conta histórias** de três personagens diferentes, que exemplificam três profissões distintas, a partir de diálogos e descrições de cenas que viu e viveu. Podemos notar que houve **imersão** naquela realidade para que pudesse ser narrada:

Com o avanço tecnológico, os dois elevadores do sindicato também se modernizaram e a casa de máquina ficou menor. Apenas a cabine permaneceu igual, feita de madeira de lei, com uma porta pantográfica. Os ascensoristas também continuaram, abrindo e fechando as duas portas, primeiro a que tem fecho imantado nos andares e, depois, a porta sanfonada e vazada da cabine, que permite observar a contagem de andares pintada na parede (ASCENÇÃO, 2017).

Acreditamos que o pilar **criatividade** já está traduzido na escolha do tema para o texto e nas abordagens das profissões que quase já não vemos hoje em dia, além da inserção de três personagens juntos no mesmo texto para falar de um único tema. Mostra abordagens diferentes, elucida e exemplifica aquela realidade. Entendemos que o fator criativo venha desde a elaboração da pauta até a forma como o texto foi escrito, em blocos.

O pilar **exatidão e precisão** pode ser exemplificado neste parágrafo:

José tinha dois realejos. Cada caixa de música de um realejo tem oito melodias antigas e curtas. O tocador a escolhe encaixando um metal cilíndrico, do tamanho e espessura aproximados ao do corpo de uma caneta, na lateral da caixa. Existem oito fissuras e cada uma representa uma melodia. Depois ele aciona uma espécie de botão para abaixar as teclas do órgão mecânico no interior da caixa (ASCENÇÃO, 2017).

Com toda essa riqueza de detalhes, a precisão da descrição do realejo deixa muito mais crível a cena que está sendo descrita. Faz com que o leitor acredite naquilo, validando o pilar da **responsabilidade ética**, por exemplo.

Vemos a **universalização temática** ao tocar o leitor pelos aspectos humanos envolvidos, uma vez que notamos profissões que estiveram vivas até pouco tempo e já não vemos mais. E, também, há a **compreensão**, por iluminar histórias que fazem conexões entre si, mostrando o sentido e a perspectiva de cada um, dentro da sua realidade.

Faltam, na reportagem, dois pilares: estilo próprio e voz autoral; e simbolismo. Não fica clara em nenhum momento a voz da autora, que não se coloca no texto, e também não são criados símbolos mais profundos que façam conexões com o leitor. O texto não apresenta nenhum recurso multimídia além das fotos, nem traz *hiperlinks*.

2.4. Risca Faca

Idealizado por Leo Martins e Caio Maia, ambos jornalistas, o Risca Faca⁴⁸ foi lançado em setembro de 2015 e permaneceu dois anos como um *site* de cultura, entretenimento e comportamento da F451, agência de produção de conteúdo localizada na cidade de São Paulo. Atualmente, está inativo.

Caio Maia é advogado, começou a carreira trabalhando na área de seguros e, aos 30 anos, entrou na faculdade de jornalismo, depois no *trainee* da Folha de S. Paulo e, então, virou jornalista. Um pouco depois, tornou-se sócio da Trivela, revista eletrônica de futebol, onde trabalha até hoje.

O manifesto de criação que está no ar diz que:

Sabemos que a internet é grande e já tem muita coisa rolando por aí, mas acreditamos que há espaço para certos conteúdos que sentimos faltar em nosso cotidiano: jornalismo aprofundado, grandes histórias, personagens interessantes, análises incomuns. Sim, a internet é enorme, mas sempre há histórias incríveis que ainda não foram contadas. Queremos fugir da cobertura que somente acompanha o ritmo das redes sociais. E queremos mostrar novas histórias, e novas formas de contá-las – pode ser em áudio, em quadrinhos, em vídeo. E ao mesmo tempo, como o nome sugere, não queremos ser sisudos nem cabeçudos – a gente curte um forró às 6h da manhã no Largo da Batata e isso também é uma forma de explicar o que queremos por aqui (RISCA FACA, 2015).

O *site* permite a publicação de vários formatos de conteúdo como texto, áudio, quadrinho, vídeo, entre outros, cumprindo a promessa de ser uma plataforma

⁴⁸ Disponível em: <http://riscafaca.com.br>. Acesso em: 9 mar. 2019.

interativa, multimídia e não só de textos que apresentam a possibilidade de ter *hiperlinks*. No Facebook, a página possui mais de 11.000 seguidores.

A estruturação do projeto surgiu a partir da linha editorial, depois, a equipe a ser escolhida e, por último, a identidade visual.

As editorias não parecem ser delimitadas pela escolha de pauta, e sim o contrário, pois se o personagem ou a história são bons, a matéria vai ao ar. Entre as principais editorias, estão: televisão, história, sociedade, cinema, comportamento, arte, entrevista, música, HQ e perfil. No *site*, misturam-se conteúdos relacionados ao *mainstream*, como análises de séries famosas e filmes em cartaz. Além disso, aparecem perfis como o de uma mulher que perdeu o marido no acidente do voo 1907, da Gol; edições especiais com histórias e explicações por trás do ataque do PCC; reportagem sobre um conjunto de ruas do Brás que virou o paraíso dos ingredientes.

Os problemas com estruturação financeira foram os principais para o projeto não se manter no ar. A questão do Jornalismo Literário não foi bem recebida na entrevista e foi claramente negada pelo fundador.

Mesmo assim, continuamos a acreditar na importância em manter o Risca Faca no *corpus* desta pesquisa, por entender que as reportagens publicadas traziam elementos do JL. Além disso, em conversa com outros fundadores dos veículos escolhidos para o *corpus*, o Risca Faca também foi citado como importante contribuição para os aspectos do Jornalismo Digital neste período determinado como recorte.

Para esta amostragem qualitativa, será analisada uma reportagem chamada O Lobo da Bovespa⁴⁹, a partir dos dez pilares do Jornalismo Literário (LIMA, 2009; MARTINEZ, 2016).

Quadro 4 – Associação dos 10 pilares do JL no Risca Faca

1º	2º	3º	4º	5º	6º	7º	8º	9º	10º
x	x	x	X	x	x	x	x	x	x

Fonte: elaboração própria.

Título: O lobo da Bovespa

Autor: Leonardo Demori

⁴⁹ Disponível em: <http://riscafaca.com.br/investigacao/quem-e-marcus-elias>. Acesso em: 9 mar. 2019.

Data de publicação: 24 de novembro de 2015

Quantidade de palavras: 66.498 (com espaço)

A reportagem está dividida em três capítulos e conta a vida de Marcus Elias, o empresário que investiu na falida Parmalat, viu o projeto virar ruína e se envolveu em uma história de espionagem, agressão física e ameaças de morte no maior golpe da história da bolsa de valores. O capítulo I intitula-se “Quem é Marcus Elias”, o capítulo II “Soda no leite, meio milhão na bolsa”, e o capítulo III “Em busca da paz”. O texto não possui *hiperlinks*, apenas ilustrações.

Em sessão paralela, o Risca Faca publicou mais uma “aba” chamada “Os documentos do lobo”, em que estão digitalizados todos os documentos utilizados na investigação para a apuração da reportagem e que já entendemos como exemplo do pilar de **responsabilidade ética**, validando e comprovando o que está escrito ao longo do texto. Não deixa de ser uma forma criativa, que usa e abusa dos recursos multimídia que a internet proporciona e demonstra transparência jornalística.

Logo na abertura do primeiro capítulo, notamos parágrafos em que a **criatividade** toma forma no texto:

Marcus Alberto Elias entrou na ampla sala de reuniões como se tivesse acabado de sair de um *yacht club*: camisa polo e calças azuis, tênis baixo sem meia, boné de cotelê tapando a cabeça calva e óculos de armação leve—tudo de boa marca. Preparo o gravador enquanto ele se acomoda tirando o boné e passando uma das mãos sobre a careca bronzeada. A conversa duraria quase três horas. Mas ele não está aqui para me dar uma entrevista (DEMORI, 2015).

Para o Ministério Público Federal, o homem à minha frente é “o grande protagonista de toda a fraude”, acusado de ser a mente criativa por trás de um minhocário de túneis financeiros por onde teriam escapado 2,5 bilhões de reais, captados de fundos de investimentos e de milhares de pequenos investidores que se consideram vítimas de uma arapuca. Os advogados de Marcus Elias discordam da tese: o controlador da LAEP não só seria inocente, como também vítima de uma armação engendrada por um “fundo abutre” interessado em destruir a empresa e se apropriar de suas fábricas (DEMORI, 2015).

O pilar da **exatidão e precisão** pode ser notado no parágrafo a seguir, quando detalha a cena, horário e local e se compromete com o leitor sobre a realidade daquele fato:

Eram cerca de seis horas da manhã do dia 15 de agosto quando Marcus Elias levantou da cama e ligou a TV antes de encarar o dia. O empresário ficou

paralisado diante da notícia que corria o mundo como rastilho de pólvora: uma das maiores e mais antigas instituições financeiras do planeta estava falida — era o fim do banco americano Lehman Brothers (DEMORI, 2015).

A todo momento, o autor **conta uma história** e vai encadeando fatos e falas, para as quais usa aspas, como se fossem travessão. Esse aspecto também justifica o ar de **humanização** do texto, em que a narrativa que está sendo traçada acontece porque o protagonista Marcus Elias aparece, trazendo suas fraquezas, limitações, grandezas, qualidades e defeitos.

Podemos notar o **simbolismo** contido nesse trecho, parte como metáfora, parte como o recurso literário da ironia, quando o autor diz que: “A companhia não envasava leite nas Bermudas. Sua presença no país se limitava a administrar uma caixa postal de número sugestivo: 666” (DEMORI, 2015). O símbolo 666 é universal e entende-se que “vem do mal”. O trocadilho cai muito bem no trecho e traz força de estilo para a narrativa.

O pilar **imersão** pode ser notado quando o autor insere trechos do que passou para escrever, viver e apurar o texto:

A terça-feira estava particularmente abafada naquele 27 de outubro de 2015 quando o táxi entrou na avenida Berrini até parar no engarrafamento. Desci do carro antes do endereço pretendido e caminhei por meia quadra até entrar no elevador e apertar o andar de uma grande administradora de recursos. A empresa investiu tempo e dinheiro na LAEP em 2008, quando as boas notícias que saíam na imprensa pareciam levar o laticínio de volta aos trilhos (DEMORI, 2015).

A todo momento, é possível notar o tom jocoso e ácido que o autor tem a respeito dos fatos, o que deixa claro seu **estilo próprio e voz autoral**. O texto mostra o caso de Marcus a partir de versões múltiplas, ouve inúmeros personagens e mostra o caso sob uma visão ampla, o que justifica a **compreensão** como pilar. E, por último, fica óbvio que a investigação do golpe bilionário a partir da história do personagem central lobista é digno de **universalização temática**.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho vislumbrou o início de um estudo acerca de aspectos do panorama do Jornalismo Literário brasileiro no ambiente digital a partir da análise do *corpus* de amostras qualitativas de quatro veículos independentes de comunicação, lançados no Brasil entre os anos de 2015 e 2017 – BRIO, Calle2, Revista Sentido, Risca Faca – e também contou com elementos colhidos em entrevistas semiestruturadas com seus fundadores, dessa forma, buscando entender o quanto contribuíram para os aspectos dos negócios disruptivos de comunicação.

O embasamento teórico foi feito a partir de Edvaldo Pereira Lima, Monica Martinez, John Bak e Jacqueline Marino, tendo a abordagem metodológica de Análise de Conteúdo do *corpus* a partir de Laurence Bardin, sob a perspectiva dos dez pilares do Jornalismo Literário. Uma vez que os veículos estudados estão inseridos no ambiente digital, foram levados em conta tais aspectos à luz de Manuel Castells e Pierre Lévy.

O primeiro resultado buscado e alcançado aponta para o uso dos dez pilares do Jornalismo Literário nas quatro amostras de texto, conforme tabela abaixo.

Quadro 5 – Associação dos 10 pilares do JL nos quatro veículos

	1º	2º	3º	4º	5º	6º	7º	8º	9º	10º
BRIO	X	x	x	x	X	x	x	x	x	x
Calle2	X	x	x	x	X	x	x	x	x	x
Revista Sentido	X	x	x	x	X		x		x	x
Risca Faca	X	x	x	x	X	x	x	x	x	x

Fonte: elaboração própria.

Por ser uma amostragem qualitativa, não significa que os veículos publicavam apenas conteúdos com aspectos do Jornalismo Literário (LIMA, 2009; MARTINEZ, 2016), mas foi possível encontrar tais elementos ao longo de leituras flutuantes⁵⁰, o que condiz com a proposta das chamadas (manifesto) de todos, menos do Risca Faca:

- BRIO – Imagine o real: histórias reais e jornalismo de fôlego para quem gosta de ter assunto. Todos os meses, uma nova reportagem.
- Calle2 – Boas histórias da América Latina. Calle2 é uma revista digital de jornalismo narrativo que se propõe a ter um novo olhar sobre a América Latina. Nosso conteúdo é gratuito e desenvolvemos uma plataforma pensada para ser acessada por tablets e smartphones. Participe! Afinal, somos todos latinos.
- Revista Sentido – A realidade mais de perto. Sentido é uma revista online que vê os acontecimentos do mundo através de um olhar mais humano.
- Risca Faca – Jornalismo, Cultura, Comportamento e um tiquinho assim de carimbó.

Se analisados os manifestos junto aos resultados da tabela acima, que comprova o uso dos elementos dos dez pilares do JL, é possível concluir que os veículos têm presença marcante na trajetória do Jornalismo Literário em cenários disruptivos digitais no Brasil.

Ainda que o fundador do Risca Faca deixe claro que não vendem a proposta de um veículo de Jornalismo Literário e seja inclusive contra o termo, os achados mostram o contrário. Essa negativa está relacionada apenas ao manifesto do veículo. Porém, quando clicamos na aba de apresentação, notam-se frases como “acreditamos que há espaço para certos conteúdos que sentimos falta em nosso

⁵⁰ Sob aspectos de Bardin (2016), é o primeiro contato com os documentos que serão submetidos à análise, a escolha deles, a formulação das hipóteses e objetivos, a elaboração dos indicadores que orientarão a interpretação e a preparação formal do material.

cotidiano: jornalismo aprofundado, grandes histórias, personagens interessantes, análises incomuns” (RISCA FACCA, 2015).

A partir das entrevistas com os fundadores, foi possível acompanhar a trajetória de criação dos projetos e se houve, de fato, desde o início, um planejamento para que os veículos proporcionassem ao leitor textos com elementos do Jornalismo Literário. A Calle2, Revista Sentido e o BRIO apresentam total clareza de que o JL faria parte das publicações, mesmo que não completamente. A partir do levantamento feito nesta pesquisa, entende-se que o Risca Faca também.

O BRIO cumpriu sua missão, ao trazer histórias de fôlego enquanto sobreviveu. Ao fazer uma leitura flutuante dos textos, é possível encontrar em vários momentos a predominância dos elementos do Jornalismo Literário e, como destaque, podemos citar que foram publicados textos no formato *longform*, com mapas interativos, vídeos, fotos, áudios e o que a plataforma multimídia permitir. O projeto gráfico é muito convidativo para a leitura.

O fundador Breno Costa foi o único que utilizou a palavra *longform* várias vezes em sua entrevista, o que comprova entendimento do conceito: o BRIO foi pensado como uma plataforma de publicação de textos neste formato. No entendimento de Breno, o Jornalismo Literário é um formato altamente custoso, pois demanda investimento financeiro para bancar o deslocamento de um jornalista que irá viajar e passar muito tempo perto do seu personagem ou objeto da narrativa.

A Calle2 é apresentada como uma revista digital de jornalismo narrativo, que se propõe a ter um novo olhar sobre a América Latina. Seus textos mesclam iniciativas e histórias de vários territórios latinos. As contribuições deixadas como marca pela revista validam alguns dos aspectos importantes do Jornalismo Literário, como o de narrar a realidade a partir de um olhar criativo e diferente do jornalismo convencional. Ouve personagens anônimos que não teriam espaço, demarca um território como a América Latina e dá voz à sua população através de boas histórias.

Porém, ao fazer uma leitura flutuante dos conteúdos da Calle2, notam-se textos sem nenhum aspecto do Jornalismo Literário. Em sua maioria, eles apresentam uma linguagem mais leve, sem seguir o formato da pirâmide invertida⁵¹, mas que não necessariamente se apoiam nos pilares que estudamos nesta pesquisa. Além disso, por conta da experiência que esta pesquisadora teve ao fornecer conteúdos para a

⁵¹ Conceito de que o texto jornalístico deve seguir uma ordem em que as informações mais importantes estejam no parágrafo inicial.

revista, é notável a veia política que a Calle2 tomou logo após os primeiros meses de lançamento (novembro de 2015), também pelo motivo que a própria fundadora aponta: rumores do impeachment da presidente Dilma Roussef (dezembro de 2015).

Tal fato marcou a desestabilização política do país e a mudança de rumos editoriais da revista, que passou a focar mais no Brasil e não na América Latina, com os textos sobre política ganhando espaço. São contados através de um olhar mais humano, porém, vão perdendo elementos dos pilares do Jornalismo Literário. E assim aconteceu desde a primeira contribuição desta pesquisadora para a Calle2, com o texto inicial que relata a vivência de um jogo de *rugby* na cadeira de rodas, até o último texto produzido. Este foi pensado para ser o perfil de uma vereadora recém-empossada na Câmara da cidade de São Paulo. O texto recebeu inúmeras interferências, deixando-o sem voz autoral. A pedido desta pesquisadora, a publicação foi assinada como 'equipe Calle2'.

A Revista Sentido se propõe a ver os acontecimentos do mundo por meio de um olhar mais humano, e cumpre seu objetivo quando notamos que seus textos possuem preocupações com o aspecto da humanização da narrativa, além de recortar a sociedade contando histórias de pessoas. Quando lemos diferentes textos, é possível encontrar, em uma leitura flutuante, elementos do Jornalismo Literário em várias, porém não em todas as publicações. O aspecto visual compromete a navegação e a leitura de uma história no ambiente digital, uma vez que não houve um investimento financeiro para que a plataforma fosse multimídia.

Para a Revista Sentido, também houve contribuições desta pesquisadora no conteúdo. A dificuldade não esteve em publicar um texto com elementos do Jornalismo Literário, pelo contrário, ele foi publicado sem interferências. Porém, ficam questionamentos sobre a sugestão vinda da fundadora, quando indica a criação de pautas pré-determinadas e que se encaixem na história de algum personagem ainda não encontrado.

Ao fazer uma leitura flutuante dos conteúdos do Risca Faca, é possível perceber que os textos com elementos e pilares do Jornalismo Literário se encontram apenas nas edições especiais publicadas no formato de grandes reportagens e perfis. A plataforma contém, em sua maioria, conteúdos curtos e de rápida leitura sobre séries de TV, shows e livros com foco em entretenimento.

No quadro abaixo, é possível notar as associações feitas anteriormente nesta pesquisa, a partir de dados comparativos entre os quatro veículos.

Quadro 6 – Associação dos 4 veículos

	Ano de fundação	Duração	Realizou Crowdfunding	Periodicidade Inicial	Conteúdo gratuito	Aporte inicial	Idealizado por jornalista
BRIO	2015	2 meses	Não	Variável	Sim	Investidor-anjo	Sim
Calle2	2015	Até hoje	Sim	Semanal	Sim	Fundador	Sim
Revista Sentido	2017	6 meses	Não	Bimestral	Sim	Fundador	Sim
Risca Faca	2015	2 anos	Não	Variável	Sim	Fundador	Sim

Fonte: elaboração própria.

Dos quatro veículos apresentados, apenas a Calle2 ainda se mantém ativa, ainda que sem periodicidade. Todos permanecem com as páginas no ar e, quando questionados sobre o assunto, os fundadores dizem não ter um plano para descontinuação total das plataformas, apenas pararam de publicar conteúdo. Também a Calle2 foi o único veículo a realizar *crowdfunding* para sustentar o projeto por mais algum tempo, diferente do BRIO, que recebeu verba do investidor-anjo para lançar o projeto e, dois meses depois, não existia mais no formato proposto.

A partir das análises, é possível concluir que as variáveis existentes na trajetória dos veículos foram inúmeras e representam tentativas e caminhos diferentes, porém, com uma única situação comum e relevante: o aspecto financeiro. E foi por conta da falta de investimento que os veículos não perduraram.

Esta pesquisa aponta que os veículos estudados buscaram construir modelos de negócios disruptivos por quebrarem padrões consistentes e repetitivos de produção de conteúdo nos moldes antigos, tanto por utilizarem elementos do Jornalismo Literário em suas publicações, como também por estudarem formas para seguir e criar um modelo de negócio que se inseriu no mercado com menor margem de lucro, mesmo tendo sido descontinuados.

Sob a visão de Clayton M. Christensen, utilizada neste estudo, inovação disruptiva é um processo em que um produto ou serviço mais simplificado e barato, se comparado aos tradicionais, se enraíza na parte mais baixa de um mercado, e depois vai subindo, até atingir os negócios competitivos. Os resultados apontados mostram os veículos iniciando este processo e se lançando no mercado, porém, não chegam a competir com outros já consolidados em cenários disruptivos digitais, como

a Atavist, por exemplo, plataforma norte-americana, publicadora de histórias com elementos do JL, bancada por patrocinadores, investidores-anjo e assinantes.

Outro aspecto considerado pelos fundadores e compartilhado nas entrevistas apontadas foi a possibilidade dos veículos oferecerem conteúdo pago e, assim, entregar o produto de forma personalizada, um dos elementos dos negócios disruptivos. Entretanto, essa opção não se consolidou.

Com esta pesquisa, foi possível entender a presença significativa dos veículos BRIO, Calle2, Revista Sentido e Risca Faca na trajetória do Jornalismo Literário em cenários disruptivos digitais no Brasil e quais foram os desafios enfrentados na estruturação dos projetos. As contribuições das entrevistas com os fundadores validam os aspectos que nortearam as escolhas e caminhos para a implantação, permanência e descontinuidade das publicações. Dessa forma, podemos afirmar que o Jornalismo Literário ainda está buscando encontrar como se estruturar nestes cenários no Brasil.

O cenário atual é o de ruptura dos modelos tradicionais dos negócios de comunicação. O trajeto está sendo percorrido por profissionais que vêm construindo soluções e testando caminhos, assim como os fundadores dos veículos apresentados nesta pesquisa. Neste percurso, o Jornalismo Literário pode ser visto como um produto adaptável ao mundo digital e sugestivo para alavancar tal transformação.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALMEIDA, R. Q. **O ecossistema de jornalismo na cultura digital**: startups, arranjos e coletivos empreendedores de produção de notícias. 2018. Dissertação (Mestrado em Divulgação Científica e Cultural) – Instituto de Estudos de Linguagem, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2018.

ASCENÇÃO, A. Efeitos colaterais da evolução. **Revista Sentido**, *online*. Disponível em: <http://revistasentido.com/efeitos-colaterais-da-evolucao/>. Acesso em: 10 mar. 2019.

BAK, J. S., REYNOLDS, B.. **Literary Journalism across the Globe**: journalistic traditions and transnational influences. Boston: University of Massachusetts Press, 2011.

BAK, J. S. Literary Journalism as an Academic Discipline: Weighing the Pros and Cons. *In*: Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, 16, 2018, São Paulo. **Anais do Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor)**. São Paulo: 2018. Disponível em: <http://sbpjour.org.br/congresso/index.php/sbpjour/sbpjour2018/paper/viewFile/1453/681>. Acesso em: 14 jun. 2019.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2016.

BORGES, R. **Jornalismo Literário**: análise do discurso. Série Jornalismo a Rigor, v. 7. Florianópolis: Insular, 2013.

BRUM, E. **A vida que ninguém vê**. Porto Alegre: Arquipélago Editorial, 2006.

BRUM, E. **O olho da rua**. São Paulo: Editora Globo, 2009.

BULHÕES, M. João do Rio e os gêneros jornalísticos no início do século XX. **Revista FAMECOS**, Porto Alegre, n. 32, abril de 2007.

CASTELLS, M. **A Sociedade em Rede**: a era da economia, sociedade e cultura. São Paulo: Paz e Terra, 2009.

CHRISTENSEN, C. M.; SKOK, D.; ALLWORTH, J. Be the disruptor. **Nieman Reports**, Cambridge, v. 66, n. 3, 2012.

CRUZ, C. C. **Entretanto, foi assim que aconteceu**: quando a notícia é só o começo de uma boa história. Porto Alegre: Arquipélago Editorial, 2011.

CUNHA, E da. **Os Sertões**. São Paulo: Ática, 1998.

DE CARVALHO, B. G.; DE ALMEIDA EVANGELISTA, R. Collectors of Daily Life: The Literary Journalist, the Anthropologist, and Their Fieldwork. **Brazilian Journalism Research**, Brasília, v. 14, n. 3, p. 798-815, 2018.

DELEUZE, G.; GUATTARI, F. **Mil Platôs**: capitalismo e esquizofrenia. Rio de Janeiro: Editora 34, 1995.

DEMORI, L. O lobo da Bovespa. **Risca Faca**, *online*, 24 nov. 2015. Disponível em: <http://riscafaca.com.br/investigacao/quem-e-marcus-elias>. Acesso em: 10 mar. 2019.

FALASCHI, C. L. **Identificação de Narrativas e Características Criativas no Jornalismo Impresso Diário Brasileiro**. 2005. Tese (Doutorado em Psicologia) – Faculdade de Psicologia, Pontifícia Universidade Católica de Campinas, Campinas, 2005.

FERRARI, P. **Jornalismo Digital**. São Paulo: Contexto, 2017.

FERREIRA DE SOUZA, P. C.; LOPES DA SILVEIRA, L. Experiências de Inovação no Jornalismo Digital: um estudo de caso do Jornal Nexo. **Parágrafo**, São Paulo, v. 5, n. 2, p. 146-157, dez. 2017. Disponível em: <http://revistaseletronicas.fiamfaam.br/index.php/recicofi/article/view/504/524>. Acesso em: 15 jun. 2019.

FIDELIS, K. D. **Jornalismo longform**: uma análise das narrativas do site BBC Brasil sobre o BRICS. 2018. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura), Universidade de Sorocaba, Sorocaba, 2018.

FLUSSER, V. **A escrita**: Há futuro para a escrita? São Paulo: Annablume, 2010.

FLUSSER, V. **Filosofia da caixa preta**: ensaios para uma futura filosofia da fotografia. São Paulo: Annablume editora, 2011.

GARCA, A. F. Yoro: a cidade da chuva de peixes. **Calle2**, *online*, 9 ago. 2017. Disponível em: <https://calle2.com/yoro-a-cidade-da-chuva-de-peixes>. Acesso em: 9 de março de 2019.

GINZBURG, C. **O queijo e os vermes**: o cotidiano e as ideias de um moleiro perseguido pela Inquisição. São Paulo: Companhia das Letras, 2006.

JUNG, C. G. **O homem e seus símbolos**. Rio de Janeiro: HarperCollins Brasil, 2016.

KRAMER, M. Breakable rules for Literary Journalists. *In*: KRAMER, M.; SIMS, N. (Orgs.) **Literary journalism**: a new collection of the best American nonfiction. New York: Ballantine Books, 1995. p. 21-34.

KRAMER, M.; SIMS, N. (Orgs.) **Literary journalism**: a new collection of the best American nonfiction. New York: Ballantine Books, 1995.

LÉVY, P. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 2010.

LIMA, E. P. Jornalismo e literatura: aproximações, recuos e fusões. **Anuário Unesco/Metodista de Comunicação Regional**. São Bernardo do Campo, n. 13, p. 145-159, jan/dez. 2009.

LIMA, E. P. A century of nonfiction solitude: a survey of brazilian literary journalism. *In*: BAK, J. S.; REYNOLDS, B. (Orgs.). **Literary Journalism across the globe**: journalistic traditions and transnational influences. Massachusetts: University of Massachusetts Press, 2011, p. 162-183.

LIMA, E. P. Jornalismo Literário e comunicação transformativa: proposta de alinhamento da nova disciplina com as tendências crescentes da prática de uma comunicação transformativa no campo social e do desenvolvimento humano. **Brazil Journalis Research**, Brasília, v. 14, n. 3, p. 872-893, dez. 2018.

LONGHI, R. R.; WINQUES, K. The place of longform in online journalism: quality versus quantity and a few considerations regarding consumption. **Brazilian Journalism Research**, Brasília, v.11, n. 1, p.104–121, 2015.

LYOTARD, J. **O pós-moderno**. Rio de Janeiro: José Olympio, 1993.

MANZINI, E. J. Considerações sobre a elaboração de roteiro para entrevista semiestruturada. *In*: MARQUEZINE, M. C.; ALMEIDA, M. A.; OMOTE, S. (Orgs.). **Colóquios sobre pesquisa em Educação Especial**. Londrina: Eduel, 2003.

MARINO, Jacqueline. Reading Screens: What Eye Tracking Tells Us about the Writing in Digital Longform Journalism. **Literary Journalism Studies**, *online*, v. 8, n. 2, p. 139-149, 2016.

MARINO, Jacqueline. The Tech Threat: Literary Journalism in the Age of Interruption. **Literary Journalism Studies**, *online*, v. 10, n. 1, p. 201-207, 2018.

MARINO, J.; JACOBSON, S.; GUTSCHE JR., R. E. The Digital Animation of Literary Journalism. **Journalism**, *online*, v. 17, n. 4, p. 527-546, 2016.

MARSIGLIA, I. **A poeira dos outros**. Porto Alegre: Arquipélago Editorial, 2013.

MARTINEZ, M. **Jornada do Herói**: a estrutura narrativa mítica na construção de histórias de vida em Jornalismo. São Paulo: Fapesp/Annablume, 2008.

MARTINEZ, M. Jornalismo Literário: a realidade de forma autoral e humanizada. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, Florianópolis, n. 1, p. 71-83, jan./jun. 2009.

MARTINEZ, M. O jornalista-autor em ambientes digitais: A produção da jornalista Eliane Brum para o portal da Revista Época. **Revista Comunicação Midiática**, Bauru, v. 9, n. 1, p. 56-77, jan./abr. 2014.

MARTINEZ, M. **Jornalismo literário**: tradição e inovação. Florianópolis: Insular, 2016.

MARTINEZ, M. Jornalismo Literário: revisão conceitual, história e novas perspectivas. **Intercom**: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, v. 40, n. 3, p. 21-36, dez. 2017.

MAURÍCIO, P. Estratégias do Grupo Globo na disrupção do modelo de negócio do jornalismo. **Revista Líbero**, São Paulo, v. 21, n. 41, p. 116-128, jan./jun. 2018.

NONATO, C. Blog, Colaborativismo e Crowdfunding: novos arranjos para o livre exercício do jornalismo e da prática de cidadania. **Revista ALTERJOR**, São Paulo, v. 2, n. 12, p. 44-57, jun./dez. 2015.

NONATO, C.; PACHI FILHO, F. F.; FIGARO, R. Relações de comunicação em novos arranjos alternativos e modelos de produção da notícia. **Revista Líbero**, v. 21, n. 41, p. 100-115, jan./jun. 2018.

PAIVA, L. P. G. **Ponto e vínculo**: jornalismo literário e reportagens seriadas. 2018. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura), Universidade de Sorocaba, Sorocaba, 2018.

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

PEREIRA, F. H.; ADGHIRNI, Z. L. O Jornalismo em tempos de mudanças estruturais. **Revista Intexto**, Porto Alegre, v. 1, n. 24, p. 38-57, jan./jun. 2011.

RECH, M. A vida que ninguém vê como eu a vi. *In*: BRUM, Eliane. **A vida que ninguém vê**. Porto Alegre: Arquipélago Editorial, 2006. p. 13-16.

RIO, J. do. **As religiões do rio**. Rio de Janeiro: Organização Simões, 1951.

RIO, J. do. **A alma encantadora das ruas**. Obliqupress, 1908.

RISCA FACA. **Sobre**, *online*, 2015. Disponível em: <http://riscafaca.com.br/sobre/>. Acesso em: 10. mar. 2019.

SALVO, M. P.; MENDES, K. A morte do caboclo d'água. **Medium**, *online*, 6 jan. 2016. Disponível em: <https://medium.com/brio-stories/ato-1-b141fc0ec404>. Acesso em: 10 mar. 2019.

SANTOS, B. de S. **Um Discurso sobre as Ciências**. São Paulo: Cortez, 2006.

TALESE, G. **Fama & Anonimato**. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.

VILAS-BOAS, S. **Biografismo**: reflexões sobre as escritas da vida. São Paulo: Unesp, 2008.

WOLFE, T. **Radical chique e o novo jornalismo**. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.

ZANOTTI, C. A. O paradoxo do lide: sedução e afastamento. **Revista de Estudo de Jornalismo**, Campinas, v.1 , n. 1 p.15-24, 1998.

APÊNDICES

APÊNDICE A – Entrevista realizada com Thais Pegoraro, personagem

Meio: Ao vivo

Data: 7/2/2018

Juliana: Você se reconheceu no texto?

Thais Pegoraro: Por poder comparar com outras entrevistas que fiz, notei algumas diferenças de abordagem: a duração (muito mais longa); o preparo (certamente para fazer o tipo de pergunta que fez teve que se preparar); o status de “não” entrevista (isso foi muito importante porque deu um ar de intimismo que favoreceu a fala sobre coisas que eu não falei em outras entrevistas); o tipo de pergunta (como se o óbvio e os fatos você já tivesse investigado, então tinha sobrado espaço para coisas mais profundas, entrelinhas e ramificações). Foi muito diferente de tudo que eu já tinha experimentado. Acho que foi um processo muito rico e que ainda assim não me dava a dimensão do que seria o produto final, porque eu imaginava um texto muito mais simples. Como foi possível você escrever tudo o que escreveu coletando “só” o que você coletou, entende? Me colocou a imaginar o quão rico é o seu processo de escrita para extrair, dentro daquelas horas, tanto suco! Porque geralmente o texto é mais pobre do que a conversa e naquele caso o texto foi mais rico do que a conversa.

Juliana: O que mais a emocionou ao ler o texto?

Thais Pegoraro: De conseguir, em um único texto, ter a visão macro do que tinha sido aquele um ano e meio na minha vida sob vários aspectos como do preparo físico, do relacionamento, da conquista, da força, das abdições. Geralmente as entrevistas que fiz iam ou para o lado do treinamento, ou do relacionamento, ou da maternidade, ou do feito físico, e você conseguiu num único texto - ainda que com uma lupa mostrando detalhes - trazer a visão macro de todas essas interfaces aglutinadas numa fala só e isso foi o mais impactante. Tanto que o relato das pessoas que leram e que tinham lido outras entrevistas minhas, foi nesse sentido de “nossa eu nunca tinha tido oportunidade de ler um texto que desse uma visão tão geral, ampla e tão simples, escrita de forma eficiente sobre toda a complexidade do que eu tinha vivido”. Profundidade de livro com velocidade de artigo.

Eu fico imaginando o dia que o Zeca for ler isso “mãe, você e papai eram completamente loucos”.

Juliana: O que as pessoas do seu círculo deram de feedback?

Thais Pegoraro: Emocionante, sensibilidade na escrita, profundidade do que captou, a forma como conseguiu captar o relacionamento junto com a história trazendo as particularidades sem comprometer. Você sabia de coisas ali que você não colocou ali, mas também não deixou de pôr totalmente e dá para entender perfeitamente que a gente (eu e o Carlos) estávamos apaixonados mas não era exatamente possível naquele momento.

Em nenhum momento eu senti isso (invasão) e você teve acesso a muitas informações que até na minha inocência e ingenuidade, de tão à vontade que eu fiquei e também pode ser uma faca de dois gumes, e nenhum momento fiquei receosa. E tem um aspecto importante: a credibilidade, reputação e empatia da pessoa que entrevista são decisivas para o aprofundamento do processo porque senão, você pode ter toda técnica e sensibilidade do mundo, mas você não abre o canal de ‘*rapport*’ com a pessoa para você se sentir à vontade. Tanto que passadas quase três horas, eu falei ‘putz! tem coisa que eu não deveria ter falado’ e você conseguiu isso.

Juliana: Meses depois da publicação, como você olha para esse registro?

Thais Pegoraro: É muito legal! Você intensifica a experiência na qualidade do volume dos registros que você faz dela. Se eu vivo uma coisa com dez anos de idade, eu já tenho memória o suficiente, mas se não escrevo sobre aquilo, não tiro uma fotografia, não filmo, não compartilho com alguém, nunca mais conto aquilo para ninguém, provavelmente com 50 anos ia ser como se eu não tivesse vivido, ainda que eu lembrasse. Então a história da humanidade é a dos registros das experiências. E quando eu falo da qualidade dos registros, por exemplo...se eu soubesse o que eu sei hoje sobre como registrar a experiência de uma expedição, eu teria um material muito mais rico, além de muito mais repertório para falar sobre o que eu vivi. Tem coisa hoje que eu sei porque alguém que estava junto me contou, mas eu apaguei. Às vezes você está tão focado no objetivo que esse entorno que antecede - que é o processo, o caminho e a vivência - se perde se você não fizer registro. Para mim, o Jornalismo Literário é o registro mais bem sucedido porque ele é curto, se comparado a um livro,

ou seja, você pode ler e reler com a devida profundidade e ainda sai com substância da sua leitura.

Juliana: O tamanho do texto incomodou? Onde você leu?

Thais Pegoraro: Li no celular. Não me incomodou, o meio ficou insignificante...pelo quanto a leitura te pega. É aquela leitura que você lê de uma vez só e você não para para pensar ou ler depois. É uma leitura catártica. Para mim foi e não só porque era sobre mim. Outras pessoas me falaram 'ai eu li de uma vez só, li em minutos' é uma leitura que te envolve o suficiente para você não querer ver outra coisa.

Juliana: O layout da revista digital influencia a sua leitura?

Thais Pegoraro: O formato de edição ajuda muito.

Juliana: Incomodou não haver um roteiro fechado para a entrevista?

Thais Pegoraro: Não, só contribuiu para que em nenhum momento eu não me sentisse entrevistada, e parecia que a gente ainda ia começar a entrevista quando acabou e aí a tua habilidade de conduzir a conversa. Incomodaria se fosse uma coisa sem nexos porque minha forma de comunicar é muito objetiva. Se você começasse e a dar voltas e se perdesse na fala talvez isso me incomodaria. Porque eu já fui entrevistada por gente assim que eu quase que tive que dar as perguntas. Ainda que não houvesse roteiro, eu não senti você perdida, pelo contrário, você sabia exatamente onde chegar e foi muito hábil em como obter a informação que queria para eu não sentir que estava sendo entrevistada.

Juliana: Com sua experiência profissional como *coach*, acha que é possível ampliar a contribuição de um texto de Jornalismo literário?

Thais Pegoraro: Eu acho que pode ser um grande direcionador para vários tipos de trabalho, desde para eu mergulhar na história para escrever um livro, de ser um '*warmap*' para me levar para a emoção até para um trabalho de autoconhecimento, de leitura, de extração de pontos para reflexão. Porque a memória é uma coisa muito bruta, você até puxa a memória mas não de uma forma organizada.

Com o passar do tempo o acesso a essa memória... a mente não tem foto de tudo o que você viveu. São como gavetas, você puxa e a memória é formada

instantaneamente. Então o dia que você está vivendo, o humor, o seu grau de maturidade vão interferir na formação daquela memória de novo. Tanto que eu e você podemos viver um acidente de carro e vamos contar de formas absolutamente diferentes, e cada vez que a gente contar, vai ser diferente.

Então quando tem um registro assim que é estanque, com começo, meio e fim, que está numa plataforma e que não muda, contribui muito para você ser fiel àquilo que foi vivido e não confiar só na sua memória que está editando aquilo o tempo inteiro.

APÊNDICE B – Entrevista realizada com Guilherme Soares, jornalista literário

Meio: *Skype*

Data: 16/3/2018

Juliana: Como nasceu seu interesse pelo Jornalismo Literário?

Guilherme Soares: Na minha Graduação em Jornalismo, na Federal do Mato Grosso do Sul, eu tinha dois professores – Jorge Ijuim e Mauro Silveira – que defendem o jornalismo que eu chamo de “narrativo”. Em todas as aulas eles citavam a Cremilda Medina e o livros dela e isso veio muito cedo, desde o primeiro ano da faculdade. Então foi muito natural, lá no quarto ano, eu escrever um livro no estilo de jornalismo narrativo com histórias de pessoas que adotaram crianças. Saindo da faculdade, emendei uma pós-graduação sobre Jornalismo Contemporâneo onde comecei a estudar o Jornalismo Literário que estava surgindo naquele momento com as revistas Piauí e a Brasileiros, lá em 2007. Logo depois fui fazer a pós-graduação em Jornalismo Literário pela ABJL, uma ideia que sempre existiu na minha cabeça, junto da vontade de me mudar para São Paulo. A questão era viabilizar isso financeiramente e aí me planejei e vim pra cá (São Paulo) em 2009. Quando eu fiz a pós de JL eu já estava no mercado há algum tempo. Eu trabalhei com jornalismo lá em Campo Grande no jornal local, com assessoria, depois fui para uma agência de notícias especializada em Economia e enfim...Já sabia que o Jornalismo Literário era uma paixão e que eu iria brigar para ter no meu trabalho, mas que nem sempre conseguiria no meu dia-a-dia. Tinha consciência de que nem sempre iria ganhar meu dinheiro com isso, mas que era uma coisa que eu gostaria praticar e até hoje eu invento maneiras de continuar praticando.

Juliana: Onde pode aplicar o Jornalismo Literário?

Guilherme Soares: Eu fiz alguns *freelas* para a Revista Brasileiros, jornal O Estado do Mato Grosso do Sul, para um site chamado Jornalismo, UOL, outro blog chamado Viagem e hoje eu consigo fazer na revista TRIP e na Calle2.

Juliana: Você recebe diferentes valores por textos de JL se comparado a outros?

Guilherme Soares: Não. A diferença seria apenas entre editoriais. Por exemplo, na editoria de Economia, eu receberia mais do que se eu fizesse um *freela* de temas sociais que geralmente são abordados em JL. Eu ganharia a mesma coisa se fosse uma matéria de JL ou mais tradicional. A diferença é que os veículos que têm

Jornalismo Literário são veículos alternativos, e essa nova imprensa que surgiu nos últimos anos, como são projetos independentes e colaborativos, pagam um pouco menos, mas no geral é o mesmo valor.

Juliana: Esses veículos chegaram a procurar você por ser um “Jornalista Literário”?

Guilherme Soares: Sempre eu que procuro os veículos e tento oferecer matérias maiores que tenham esse diferencial.

Juliana: Como surgiu o projeto da Calle2 e qual foi seu envolvimento?

Guilherme Soares: A Calle2 surgiu das conversas da pós-graduação de Jornalismo Literário entre mim, a Ana Magalhães e o Júlio Simões. Começamos a conversar sobre a possibilidade de ter um projeto onde pudéssemos produzir Jornalismo Narrativo de qualidade e aí fomos amadurecendo a ideia pois não sabíamos que projeto seria esse, nem qual seria o foco. Fizemos muitas reuniões e demoramos dois anos para colocar no ar. Os três trabalhavam em lugares diferentes, e houve um tempo de maturação para a Ana se dedicar totalmente ao projeto e daí surgiu a Calle2. Inicialmente pensamos em fazer uma revista, fizemos a marco zero como cartão de visitas para fazer outras revistas, mas a gente teve a oportunidade de conhecer um formato de site e pensamos que seria melhor para atingir mais pessoas. Conseguimos colocar o site no ar e a Calle2 foi um espaço muito interessante e surgiu junto de outros projetos, na mesma semana que surgiu, por exemplo o BRIO e o NEXO, um período de efervescência do Jornalismo Independente. Infelizmente vemos que há bastante dificuldade, mas é um período do jornalismo que merece ser estudado.

Juliana: Dentro desse período de consolidação da Calle2, você achava que o Jornalismo Literário ia dar certo dentro dessa imprensa independente?

Guilherme Soares: Eu sempre fui muito pé no chão. Eu achava que a *Calle2* seria uma renda extra e achava que ela tinha potencial para virar meu trabalho principal, mas sabia da dificuldade. Eu tinha a vontade, mas sabia da dificuldade e estava com pé no chão. Acho que faltou apoio financeiro de empresas que acreditassem no projeto, mas sabia das dificuldades e principalmente do fator de ter

textos mais longos. Acho que tem público para isso, mas eu sabia dos problemas financeiros.

Juliana: Você acredita que, no seu dia-a-dia como profissional, o Jornalismo Literário ainda vai ter espaço?

Guilherme Soares: Esse período da Calle2 fechou juntamente com minha viagem de ano sabático. Quando eu retornei, estava um pouco perdido e pensei na possibilidade de não ser mais jornalista, pois me permiti outras coisas. De repente, eu voltei a escrever conteúdo para uma agência de turismo e a relatar experiências. Isso era jornalismo narrativo de viagem e eu me encontrei fazendo aquilo! E hoje, como *freelancer* tenho a possibilidade de escolher. Nas minhas escolhas tento fazer o mínimo de trabalho burocrático possível – sei que ajuda a pagar as contas – mas todo mês eu tento fazer uma matéria que falo que é a “minha matéria”, uma matéria mais de jornalismo narrativo que é uma coisa que vai continuar pautando minha carreira. Hoje eu tenho um *blog* de viagem chamado Dias pela Estrada e pretendo continuar escrevendo lá, que também é uma forma de ter meu próprio espaço de escrita e não ficar dependendo só dos veículos, e pautar temas para mim. Depois do meu ano sabático eu não consigo mais escrever matérias tão duras.

Juliana: Essa sua pausa como jornalista, junto da permissão para mudar um pouco de área, foi um processo de abertura para a criatividade?

Guilherme Soares: Eu acho que é, sim, difícil voltar atrás. Não falo só de voltar a escrever textos mais duros, mas também estar novamente dentro de uma redação, recebendo ordem, escrevendo oito horas por dia, propondo textos naquele formato que os editores querem (editores de grandes redações). Eu acho que vou ter muita dificuldade de voltar a fazer isso. Consigo fazer isso um dia ou outro, mas acho que viver disso oito horas por dia...eu vou ter muita dificuldade. Tenho estado muito aberto a novas coisas por ter me transformado em um nômade digital (viajante) e, com isso, conheci novas pessoas e possibilidades.

Juliana: Estando na rua, você encontra mais personagens...

Guilherme Soares: Sim, é essa coisa de sair do lugar. Quando você está viajando, consegue conhecer novas realidades, ter experiências que te movam. O

mais interessante é ver o quanto eu tenho sentido vontade de escrever essas experiências!

Juliana: Que tipo de interferência recebeu em seus textos de Jornalismo Literário quando mandava para um editor da grande imprensa?

Guilherme Soares: Geralmente eles tiram as coisas mais pessoais. No UOL, por exemplo, eu escrevi algo relacionado ao tema literatura com um tom de experiência mais pessoal e eles colocaram como “análise” (editorial) e para mim era um texto. Mas foi uma maneira de estar dentro do formato deles para a publicação. A TRIP publica os textos na íntegra. Geralmente os veículos que compram a ideia de matérias como essa já estão mais abertos. Às vezes percebo interferências em relação ao tamanho, tiram um pouco de tom mais pessoal, mas em geral os textos são publicados praticamente do jeito que mando e depois voltam com pequenas sugestões de melhorias.

Juliana: A imprensa aceita suas sugestões de pauta?

Guilherme Soares: Sim, às vezes com algumas pequenas alterações de sugestão do foco.

Juliana: Você acha que foi uma boa experiência o JL na plataforma *online*?

Guilherme Soares: Acho que sim porque se ganha visualmente. Existem na internet várias possibilidades de gráficos, fotos, imagem e a internet tem essa coisa de não ter limite de espaço; só temos que brigar com o tempo das pessoas para que elas leiam textos grandes no celular e na internet. Para mim, acho que deu certo. Gosto de ler no papel, mas ultimamente tenho lido até a PIAUÍ na internet e eu sou de uma geração que achava que não ia fazer isso porque gosta do papel, do cheiro, de virar as folhas.

Juliana: Pelas suas experiências, você acha que o público aceitou bem o Jornalismo Literário no digital?

Guilherme Soares: Eu acho que sim. Escrevi uma narrativa pessoal sobre como é ser viajante e negro pelo mundo⁵². Escrevi para um *site* do movimento negro

⁵² Disponível em: <https://www.almapreta.com/editorias/o-quilombo/como-e-ser-um-corpo-negro-viajando-pelo-mundo>. Acesso em: 21 out. 2018.

chamado Alma Preta e que é um *site* mais duro. Os textos lá não são de jornalismo narrativo e esse meu texto era e tinha um tamanho médio. Foi uma das três publicações mais lidas do *site*. Tem coisa que vira por ser o tema do momento ou porque o veículo está discutindo aquela pauta. Esse texto foi o mais lido porque foi acessado por mochileiros e gerou discussões como “se era importante ser negro ou não, se eu era negro ou não”. Esses são exemplos dos detalhes que a internet gera, e que o Jornalismo Literário permite essa linguagem com sentimentos. O público está desafiando as redes sociais com contextos que interessam para aquelas pessoas e eles leem, mesmo que sejam grandes e, geralmente, quando têm formato de JL, acho que captam ainda mais do que o jornalismo convencional. Eu acho que todo mundo que continua fazendo Jornalismo Literário é apaixonado por isso. São pessoas que decidiram fazer isso na profissão e continuam, não desistiram. Realmente é difícil pautar, ganhar dinheiro ou até mesmo continuar. É muito fácil desistir, e as pessoas que continuam fazendo isso são apaixonadas por esse estilo de jornalismo. É difícil continuar até a fazer o jornalismo...eu brinco que hoje eu tenho vários amigos ex-jornalistas! A nossa profissão se desmantelou nos últimos anos e as pessoas foram buscar alternativas de sustento. Eu mesmo não descarto fazer uma migração para outra área, talvez o sucesso seja ganhar dinheiro com outra coisa e ter o jornalismo como *hobbie*, ou apenas por prazer porque sei que vou continuar a fazer isso para o resto da vida. Só não sei em que formato, se é ganhando dinheiro ou não.

Juliana: Você acha que a academia é uma das poucas, talvez, molas propulsoras do JL para o mercado?

Guilherme Soares: Acho que é a academia que leva essa paixão para frente! O quanto tem de gente na faculdade estudando Jornalismo Gonzo, *New Journalism*... É um impulso que vai se perdendo no dia-a-dia. Mas são também os professores apaixonados por JL que ajudam a levar à frente tanto a teoria quanto a prática.

APÊNDICE C – Entrevista realizada com Sibebe Oliveira, fundadora

Veículo: Revista Sentido

Meio: E-mail

Data: 27/2/2018

Juliana: Como surgiu a Revista Sentido?

Sibele Oliveira: A ideia de criar a Sentido surgiu de uma frustração que sentia enquanto profissional. Como repórter de jornais e revistas, acabava fazendo sempre “mais do mesmo”. Os mesmos assuntos que todos os veículos publicam, as mesmas recomendações de não contrariar os anunciantes, a obrigação de fazer a reportagem caber no espaço estipulado pelo editor, mesmo que fique incompleta, o mesmo formato de texto e estilo de escrita, a recusa por determinadas pautas que “não vendem”. Com a Sentido, eu queria fazer algo novo. Queria, em primeiro lugar, que os colaboradores tivessem liberdade para colocar em prática princípios básicos do jornalismo, como imparcialidade, independência e ética, que pudessem ouvir e publicar todas as versões de um fato. Queria que a revista fosse um espaço para fazer um jornalismo diferente, sem padrão de texto, sem limite de tamanho, sem medo de tocar em feridas ou desagradar quem quer que fosse, com pautas que mostrassem a realidade do nosso tempo sem “vendas” e muitas histórias de vida, principalmente de pessoas comuns. Histórias que convidassem os leitores a refletir sobre a vida. Em outras palavras, queria fazer da Sentido um lugar onde fosse possível produzir grandes reportagens sobre assuntos relevantes para a sociedade, mas que muitas vezes são ignorados pela imprensa tradicional. Um espaço aberto para todos os que têm algo importante a dizer. E mais. Que fosse uma publicação composta de textos mais humanos, com “alma”.

Juliana: Quais processos de estruturação foram feitos?

Sibele Oliveira: O primeiro passo foi definir as editorias. Para fazer essa seleção, usei algumas perguntas norteadoras. “O que é importante noticiar para compreendermos melhor o mundo em que vivemos? Qual é o sentido de todos esses fatos que nem nos damos conta de acompanhar de tantos que são, e das transformações constantes pelas quais a nossa sociedade passa? Quais acontecimentos importantes não chegam ao conhecimento do público porque não são abordados pela imprensa tradicional? E as notícias boas que não são divulgadas porque “vende mais” noticiar tragédias? Além das editorias de textos (são nove de reportagens e uma para crônicas e textos opinativos), incluí uma específica para documentários e videorreportagens, para que os entrevistados pudessem narrar suas histórias em primeira pessoa, sem *off*. Por fim, uma última reservada para imagens que contam histórias por si só. Para fugir do lugar-comum, as editorias receberam nomes diferentes dos convencionalmente usados pela imprensa. Por fim, escolhi,

junto com o programador, um *layout* bem arejado para o *website*, que combinasse com a ideia de liberdade que mencionei acima. Depois de tudo pronto, reuni colaboradores da minha confiança e produzimos a primeira edição. Para atrair os leitores, criamos páginas da revista no Facebook e no Twitter, um canal no YouTube para os vídeos e adotamos estratégias de SEO para que o *website* tivesse muitos acessos. Como comecei o projeto com um investimento pessoal e dispunha de poucos recursos financeiros, fiquei responsável pela produção de reportagens, edição, diagramação, envio da *newsletter* e, mais tarde, por administrar também as redes sociais.

Juliana: Você considera a Revista Sentido um veículo de Jornalismo Literário?

Sibele Oliveira: Sim. A Sentido foi criada para ser uma publicação de Jornalismo Literário, a exemplo de revistas como a Realidade, a The Atavist Magazine, a Etiqueta Negra e a Anfíbia. A editoria “Espelho do anonimato”, por exemplo, é exclusiva para perfis e minibiografias. O mesmo acontece na Outros horizontes, destinada a narrativas de viagem. Como o Jornalismo Literário ainda é pouco difundido no Brasil, optei por incluir o jornalismo convencional, até para chamar o público. Eu diria que a Sentido é uma mistura do jornalismo convencional com o literário. Entretanto, na produção de reportagens das demais sessões da revista, também utilizamos técnicas do Jornalismo Literário.

Juliana: Quais foram os planos financeiros para a Sentido existir?

Sibele Oliveira: A minha ideia era colocar a revista no ar para que os possíveis apoiadores (que se comprometessem a não interferir no conteúdo) se interessassem pela “causa”. Apostei em duas formas de obter recursos para garantir a sustentabilidade da Sentido: bater na porta de fundações internacionais que apoiam projetos de mídia e de empresas alinhadas à proposta editorial da revista, que seriam contatadas por um gerente comercial. Infelizmente, não consegui apoio das fundações internacionais e a minha experiência com o gerente comercial também não foi boa. Até pensei em lançar campanhas de financiamento coletivo, mas desisti porque a base de leitores da Sentido ainda é muito pequena. Investi cerca de R\$ 15 mil para produzir duas edições. O valor só não foi maior porque a revista está disponível apenas em versão digital.

Juliana: Que tipo de leitor busca a Sentido? Houve engajamento?

Sibele Oliveira: A Sentido busca leitores que querem, como o próprio nome da revista diz, encontrar um sentido para os acontecimentos do presente. Pessoas que valorizam a transparência no jornalismo e uma compreensão mais profunda da realidade. Que querem ser informadas sobre injustiças sociais e ambientais, ter acesso a informações que são omitidas à população para proteger interesses diversos e que se interessam por histórias de vida. Ainda é cedo para avaliar o engajamento. O que posso dizer é que o retorno das redes sociais não foi o que eu esperava. Infelizmente, como sabemos, o alcance das postagens no Facebook (que é a principal rede social da revista) está diminuindo em páginas empresariais. Cada vez menos os usuários recebem o conteúdo de publicações jornalísticas no *feed* de notícias. Percebi isso nitidamente na Sentido. A revista tem pouco mais de 11 mil curtidas e o alcance orgânico das matérias publicadas no Facebook geralmente é muito pequeno. E impulsionar as publicações também dá pouco resultado. O retorno do Twitter é ainda menor. Fico em dúvida se o público que as redes trouxeram é realmente o público da Sentido, pois não há muito engajamento. Já o acesso direto ao *website* vem crescendo pouco a pouco.

Juliana: Qual é o projeto futuro para a revista?

Sibele Oliveira: A Sentido foi pensada para ser uma revista bimestral, com um conteúdo novo publicado a cada cinco dias. Mas como as reportagens eram muito longas para serem lidas em tão pouco tempo, foi transformada em uma publicação trimestral na segunda edição. Assim, cada texto, vídeo ou imagem passaram a ser postados com o intervalo de uma semana. Fui obrigada a parar a revista temporariamente, ao final da segunda edição, por falta de recursos. A minha ideia é retomá-la em breve e publicar uma reportagem por mês até conseguir apoio financeiro para que ela volte a ser trimestral. E também para que seja possível investir em uma campanha de *marketing* que busque o público certo.

Juliana: Você acredita que é possível deixar o JL ainda vivo via meios digitais?

Sibele Oliveira: Pela minha experiência com a Sentido, observo que é um desafio o Jornalismo Literário conquistar os meios digitais. A única queixa que tive,

por parte de alguns leitores, principalmente os mais jovens, foi o tamanho das reportagens. Eles estão habituados aos textos curtos da internet e não têm paciência para leituras longas. E as reportagens que tiveram uma interação maior com os leitores foram as feitas com técnicas convencionais do jornalismo. Por outro lado, recebi um *feedback* muito positivo, especialmente de pessoas mais velhas, acima dos 35 anos, sobre os textos de Jornalismo Literário. Muita gente elogiou os perfis e a forma como foram escritos. De acordo com dados do Facebook e do Google Analytics, quase 70% do público da revista é composto por mulheres. E elas são as que mais apreciam as histórias de vida publicadas na Sentido. Noto que existe um público na internet interessado em Jornalismo Literário, mas é bem específico. O que falta, na minha opinião, é que as grandes publicações presentes nos meios digitais abram mais espaço para o JL. Sinto que o público precisa se acostumar com o Jornalismo Literário.

Juliana: Você considera seu projeto um sucesso? Expectativa x realidade.

Sibele Oliveira: Foi um sucesso no sentido de fazer um jornalismo diferente, que se propõe a trazer assuntos que não são comuns em outras publicações, no sentido de agradar os leitores e oferecer gratuitamente informação de qualidade. Só que o projeto ainda não é viável comercialmente falando. Eu pensava que seria difícil conseguir apoio financeiro, mas não tanto. Também imaginava que fosse mais fácil trazer o público para a revista. E não é. A parte editorial foi, sim, um sucesso. Mas sem um bom profissional de *marketing* e um vendedor de anúncios que traga resultados, esse tipo de projeto não sobrevive. No início, eu achava que o sucesso seria praticamente imediato. Hoje estou com os pés apoiados no chão. Sei que leva um bom tempo e muito mais trabalho para fazer o projeto de uma revista vingar.

Juliana: Que tipo de problemas enfrentou durante a execução?

Sibele Oliveira: Os principais foram não ter dinheiro suficiente para investir no projeto, não ter um profissional de *marketing* que divulgasse mais a revista, o website que no começo dava problemas sem parar e a *social media* que largou o trabalho logo no primeiro mês. Coube a mim cuidar também das redes sociais, mesmo sem ter experiência. Fora isso, alguns colaboradores não cumpriam o prazo de entrega das matérias, o que atrasava todo o cronograma.

Juliana: Durante este período, o que mais lhe brilhava os olhos como jornalista?

Sibele Oliveira: Sem dúvidas, a possibilidade de contar histórias de vida e de tratar temas sérios e delicados com um olhar mais humano. O último documentário que produzi, sobre como as pessoas que estão perto da morte veem a vida, foi um desses momentos que fazem toda uma carreira valer a pena. Uma das entrevistadas, uma senhora que tem metástase, deu um depoimento tão forte, e ao mesmo tempo sensível e com tanta sabedoria, que é impossível alguém assistir e não repensar a vida. Foi um privilégio captar as expressões dela, os olhares, os gestos, a urgência em viver e lembrar o que realmente vale a pena. Assim como todos os outros depoimentos, de todas as matérias e vídeos. Essa liberdade de não ter restrições para se aproximar da verdade dos fatos e de retratar a realidade da forma mais fiel possível não tem preço. Quando eu disse acima que a revista foi um sucesso é porque as reportagens que eu e os colaboradores escrevemos contêm muitas histórias de vidas com mensagens profundas, que nos convidam a refletir sobre quem somos e sobre a atualidade. É isso o que me faz não desistir do projeto.

APÊNDICE D – Entrevista realizada com Caio Maia, fundador

Veículo: Risca Faca

Meio: E-mail

Data: 28/2/2018

Juliana: Como surgiu a Risca Faca? Quem cuidou da implantação?

Caio Maia: Risca Faca surgiu da vontade de ter uma publicação que abordasse os temas de cultura, entretenimento e comportamento com capricho e

carinho, com tempo pra escrever as matérias, com arte, texto, vídeo e foto pensados junto com o texto. Quem cuidou da implantação foi o Leo Martins. A gente publicou ininterruptamente e diariamente por quase dois anos. Embora ainda não tenhamos decretado a morte do *site*, ele está inativo desde o começo de 2017.

Juliana: Como define o veículo e por quê? (Jornalismo profundo, jornalismo narrativo, jornalismo de viagem, jornalismo literário, etc)

Caio Maia: Não é necessariamente profundo porque nem tudo que é bacana é profundo, não é literário porque isso no Brasil é sinônimo de quase sempre faltar assunto e apuração, mas é jornalismo bem apurado, bem escrito, bem apresentado e bem tratado.

Juliana: Quais foram os processos de estruturação?

Caio Maia: A gente primeiro estruturou a linha editorial; depois a equipe ideal; depois a identidade visual.

Juliana: Você considera um veículo que trabalha o Jornalismo Literário?

Caio Maia: Nesse momento percebo que minha resposta acima pode ter sido agressiva, mas vamos lá. Tenho preconceito contra o que se chama de Jornalismo Literário no Brasil por alguns motivos. Quando o termo surgiu, os caras que escreviam Jornalismo Literário eram os melhores repórteres dos jornais. O cara escrevia um texto em primeira pessoa porque tinha experiência, vivência, histórias suficientes para que o fato de ele estar narrando aquela história fazer alguma diferença. Além disso, com o tempo, o jornalismo passou a ser quase acessório no “Jornalismo Literário”, a forma se sobrepôs ao conteúdo e à informação. Por isso eu não gosto de chamar a Risca Faca de Jornalismo Literário.

Juliana: Quais foram os planos financeiros para a revista existir?

Caio Maia: Não havia qualquer motivo financeiro para ela existir, e do ponto de vista de negócio, ele nunca deveria ter sido aberta. Não tenho como responder nada diferente disso. O plano financeiro era ser bancado pelas publicações que davam lucro para ver se no segundo ano um modelo de negócios ficava mais claro. Não ficou.

Juliana: Que tipo de leitor buscou a Risca Faca? Houve engajamento?

Caio Maia: A gente buscava um leitor jovem instruído e que quisesse boas histórias com apresentação não tradicional. Houve engajamento, mas a audiência não chegou a ser suficientemente grande pra gente ter alguma relevância em redes sociais.

Juliana: Qual é o projeto futuro para a revista?

Caio Maia: O projeto futuro para a revista é ganhar na loteria. Brincadeiras à parte, se a gente algum dia tiver mais dinheiro para perder, o Risca Faca volta. Se não, provavelmente não volta.

Juliana: Com sua experiência, você acredita que é possível deixar o Jornalismo Literário ainda vivo nos meios digitais?

Caio Maia: Acho que é possível, mas desde que os vícios que eu aponte acima sejam atacados.

Juliana: Por que escolheu o digital para publicar o Risca Faca?

Caio Maia: Porque o impresso é mais caro e tem menor penetração.

Juliana: Considera que o projeto foi um sucesso? Expectativa x realidade.

Caio Maia: Não. Teria sido um sucesso se ainda estivesse ativo.

Juliana: Quais tipos de problemas enfrentou durante a execução?

Caio Maia: Falta de público e de patrocinadores para o jornalismo que a gente se propunha a fazer.

Juliana: Dentro do período de publicação, o que mais brilhava os olhos como profissional da comunicação?

Caio Maia: Uma matéria bem feita, independente do formato. E mesmo que ela tivesse baixa audiência, tinha boa apuração, arte e foto, e isso sempre brilhou meus olhos.

APÊNDICE E – Entrevista realizada com Edvaldo Pereira Lima, escritor, jornalista e professor universitário

Meio: *Skype*

Data: 16/3/2018

Juliana: Qual o panorama do Jornalismo Literário no digital aqui no Brasil?

Edvaldo Lima: No Brasil, a falta de sucesso dessas publicações digitais têm a ver mais com questão do negócio do que com outra coisa. Do ponto de vista narrativo do JL, o digital está bombando, por exemplo, nos EUA. É bem legal você trabalhar isso porque vai abrir possibilidades de muita gente se entusiasmar quando

ler um trabalho do porte que está fazendo, e encontrar uma solução para o lado negocial que a turma que lançou talvez não tenha tido sorte. É uma forma de manter vivo o espírito do JL e de nos estimular para o seguinte: se aqui não está dando certo, por enquanto, nos EUA está dando certo porque eles conseguiram adotar uma fórmula de negócio diferente da mídia convencional e que deu certo. Vale a pena dar uma olhada no caso da Atavist⁵³ que está muito legal, com um modelo de negócio dentro da nova era do digital e está dando certo culturalmente, narrativamente e como negócio. Eles adotaram um estilo de *business* totalmente diferente. As pessoas que buscaram fazer isso no Brasil (eu não conheço todas), no caso da Calle2 e da Revista Sentido, provavelmente buscaram um modelo de negócio à antiga, e esse formato não deu certo no digital e não está dando mais certo em nenhum lugar do mundo. O que tem funcionado é o casamento entre a herança do JL bem adaptado ao meio digital, acompanhado de um modelo de negócio diferente, que segue essa lógica, que está sendo implantada agora e que eles chamam de cultura disruptiva. Então por exemplo: a Airbnb é a maior ferramenta do Google e eles não têm sequer um edifício físico. O Uber talvez seja a maior rede de “táxis” do mundo, mas não tem nenhum veículo. É toda uma nova lógica do negócio. O JL digital vai dar certo no Brasil quando pioneiros conseguirem aliar tudo aquilo que o JL traz adaptado aos meios novos e tendo um modelo de negócio com espírito disruptivo da época. Já está óbvio que esses primeiros casos pioneiros do Brasil não deram certo.

Juliana: Esse modelo é de fato uma solução para sobrevivência do JL?

Edvaldo Lima: Ninguém tem uma bola de cristal para saber o futuro do mundo daqui a cinco anos pois as mudanças são muito diversas. Mas os sinais mostram que todas as áreas e setores do mundo dos negócios passam por mudanças muito fortes por influência do mercado digital, que fatalmente fará com que a comunicação impressa - e todos os setores como revistas, livros, jornais - se adaptem e criem versões digitais para sobreviver. Mesmo que as versões impressas consigam existir, para a empresa sobreviver, ela não poderá deixar de encarar o negócio de maneira sistêmica e integral onde o produto impresso seja apenas um dos produtos oferecidos ao mercado. Na minha visão, a presença do digital é um caminho realmente significativo para a continuação e modernização do JL no Brasil. Inclusive não só para

⁵³ Disponível em: <https://atavist.com/>. Acesso em: 2 fev. 2018.

empresas e organizações que vão poder trabalhar os dois modelos, como poderão surgir possibilidades de produção e criação de veículos digitais que sejam exclusivamente digitais, mas necessariamente todo o projeto acoplado à questão do novo modelo de negócio. Então, por exemplo, em lugar de se procurar um patrocinador de uma empresa convencional e tentar convencê-la a colocar dinheiro em publicidade, é mais interessante fazer como o pessoal do mercado digital está fazendo. Alguém tem uma ideia, mas não tem dinheiro para sustentar o projeto; então vai atrás dos empreendedores que estão se especializando em apoiar *startups* nessa nova linha. A pessoa responsável por bolar o projeto editorial vai ter que se preparar e se qualificar para poder ter a capacidade de ir atrás desses “investidores-anjo”, que têm a grana para investir em um projeto e oferecer o produto. Usando o exemplo da Atavist, eles criaram a possibilidade de o leitor da revista comprar uma edição inteira ou, se não quiser, pagar apenas por uma matéria e ninguém tinha pensado nisso antes. Então o modelo de negócio é pensar não só na sustentação, mas também nas formas de venda e da participação do leitor de uma maneira muito mais interativa e conveniente. Outra coisa que fizeram foi ter dentro da equipe um número mínimo de profissionais, de dois a três editores e o restante são freelas. Eles não procuram criar uma rede de *freelas*. Mas abrem espaço para busca proativa de qualquer um. E fizeram um subnegócio disso: se alguém quiser vender pauta para revista, vai ter que se encaixar dentro dos critérios editoriais da publicação. Mas caso não se encaixe e seja um projeto com muito espírito de JL, é possível entrar no negócio paralelo. Que nada mais é do que uma plataforma aberta para qualquer pessoa se cadastrar. Paga-se certa taxa e se permite que a própria pessoa venda seu trabalho de forma independente pelo sistema do Atavist. Ou seja, o negócio principal é a revista e, em paralelo, existe uma outra oferta. Esse pensar fora da caixa-preta é uma coisa necessária para que os projetos de JL no Brasil deem certo. Até agora toda a história da publicação independente, mesmo antes da era digital, na época dos anos 70 e 80, empresas de veículos independentes foram lançadas com coragem, mas não tinham qualificação nem preparo para o mundo dos negócios e faliram por falta de habilidade dos jornalistas dirigentes que não tinham treinamento em *marketing*. Hoje em dia, na era digital, a história se repete e o desafio é maior porque os modelos de referência são novos e existem mais esforços dos profissionais que têm de pensar como escritor, editor, administrador, profissional de marketing e de tecnologia. É muito difícil dominar tudo isso e, por isso, temos que aprender a trabalhar em rede, fazer *network*. Quero

alertar aqui para algo importante. O Etiqueta Negra⁵⁴ e Gatopardo⁵⁵ são exemplos de publicações latinas e independentes que surgiram com o propósito de trabalhar apenas com Jornalismo Literário. Essas publicações começaram no mundo antigo e se consolidaram primeiro como publicações impressas. O desafio foi menor porque tiveram que se adaptar à era digital para criar um produto adicional, mas ambos foram sustentados pelo sucesso editorial nas versões impressas. O Etiqueta Negra abriu para diversidade de subprodutos com foco em um negócio muito forte. Eles tinham, recentemente, além da versão clássica da revista, uma versão paralela voltada apenas para a área de ecologia, com periodicidade mais larga e espaçada, porém ainda com a publicidade no formato antigo: patrocinada por empresas que adotam a política de apoio a esta causa específica. Algumas publicações clássicas dos EUA, como os grandes jornais The New York Times, Los Angeles Times e Miami Herald mantiveram dentro dos seus veículos digitais a presença do JL porque descobriram que, no mundo digital, o JL também mantém e conquista os leitores, só que você tem que saber jogar o jogo. Então é usar todo o poder narrativo do JL, mas sem esquecer que no meio digital você tem que fazer algumas adaptações. Então vemos, com os exemplos americanos citados acima, que o texto longo pode estar muito presente no mercado digital, refutando aquela crença que está se gerando aqui no Brasil de que nos meios digitais as pessoas não gostam de ler textos grandes. As pessoas não leem textos longos se você não souber jogar o jogo dos meios digitais. O texto tem que ser muito bom porque as pessoas não vão se dar ao trabalho de ler algo grande no digital se o texto não tiver qualidades que a arte narrativa precisa para. Junto disso, o bom emprego dinâmico de recursos de áudio e a liberdade do leitor interferir no seu texto, a facilidade de produzir um texto pensando em transmídia. O criador do veículo digital tem que pensar que uma expectativa que está se gerando desse mundo e da sociedade plugada é que a pessoa tende a escolher uma coisa para ler, se aquele conteúdo é bom para ela. As matérias e a linha editorial da publicação têm que ser muito benéficas para que o conteúdo tenha algo a oferecer, que atenda alguma necessidade muito clara para o leitor e para a audiência potencial, porque o inconsciente coletivo está ficando muito egoísta. No caso do JL, o que as narrativas podem beneficiar, de forma geral, é trazer um conteúdo que ajude a pessoa a se reposicionar no mundo e ajude também a compreender as coisas de um modo

⁵⁴ Disponível em: <https://etiquetanegra.us>. Acesso em: 21 out. 2018.

⁵⁵ Disponível em: <https://www.gatopardo.com>. Acesso em: 21 out. 2018.

integral. Até as narrativas devem ser construídas com esse objetivo, de maneira que a construção de uma cena - técnica aconselhável a ser colocada logo no início de uma matéria de JL – capte o leitor em uma breve leitura iniciada no semáforo parado no trânsito.

APÊNDICE F – Entrevista realizada com Ana Magalhães, fundadora

Veículo: Calle2

Meio: *Skype*

Data: 19/3/2018

Juliana: Como surgiu a revista Calle2 e quais foram os planos?

Ana Magalhães: A ideia original era de uma revista impressa que fosse vendida em livrarias, com baixo custo, sem a produção de textos originais e seria uma “republicadora” de texto de Jornalismo Literário de outros veículos. Seria uma mistura de revista/livro. Fizemos até o piloto desse projeto, mas nunca prospectei isso em termos de *business* e não sei exatamente porque eu acabei decidindo que eu queria jogar a Calle2 para a internet, porque essa história de impresso não tinha muito futuro. Grande parte da minha decisão foi achar que investir no impresso era contra a tendência em um mundo digitalizado, mas hoje acho até que esse modelo de revista impressa talvez até funcionasse, mas não sei... não quero pagar para ver. Então eu

decido investir na Calle2. Eu tinha uma grana que era uma herança da minha mãe – se não fosse isso a revista não teria nascido – e investi aproximadamente R\$ 40.000,00. A Calle2 entrou no ar em 25 de novembro de 2015 e quase um ano depois a gente decide fazer um *crowdfunding* que deu certo, mas ele mostrou outra coisa: *crowdfunding* não é considerado receita. Eu havia pago um curso de empreendedorismo e constatei isso, que é considerado muito mais uma ajuda pontual se o projeto não venha a avançar. Fizemos o *crowdfunding* e deu certo, entraram R\$ 27.000,00 líquido e foi o que segurou a revista por mais um ano. Mas o que eu aprendi com o *crowdfunding*? Que é muito difícil, muito trabalhoso, para ganhar muito pouco dinheiro. Então também cheguei a cogitar se faríamos um segundo *crowdfunding*, mas eu não topei porque achei que era muito pouco dinheiro para uma receita nada sustentável. Ano passado (2017), com essa crise toda política e econômica, comecei a sentir que não teria como. A minha ideia original era vender anúncios e eu, ingenuamente, achava que a Calle2 poderia, sim, chamar a atenção de empresas que quisessem vincular seu nome à América Latina, porque a América Latina é *pop*! Só que o buraco é muito mais embaixo, vamos aos fatos. Quando a gente encerra o *crowdfunding*, eu decido investir uma grana em um *freela* do departamento comercial durante dois meses e essa prospecção foi muito ruim. As empresas não conheciam a revista e não conseguimos nada. Fiquei desanimada com esse *feedback* e depois, lendo um livro do professor Alexandre Barbosa, constatei que eu fui muito ingênua porque a Calle2 termina com uma pegada um pouco de esquerda. O livro dele é uma sustentação teórica para a Calle2 porque diz que existe uma América Latina popular - dos guetos e periferias - e existe uma América Latina oficial - da elite, dos grandes grupos e empresas - e essas duas Américas Latinas não se cruzam. Lendo o livro, eu percebo que o que a Calle2 faz é cobrir a América Latina popular, e isso não interessa para as grandes empresas, nem para o sistema, nem para o *mainstream*. Então percebendo tudo isso eu começo a achar que, de fato, a revista não conseguiria anúncios e aí eu desanimei! Surge, então, uma outra sugestão de uma amiga, que eu não quero pagar para ver, que é a de tentar trazer para a Calle2 pequenos anunciantes que paguem valores baixos por anúncio. A revista é razoavelmente barata, paga pouco pelos textos, e essa poderia ser uma prospecção possível a ser feita, mas eu já estava meio desanimada e comecei a fazer uns *freelas* para a Repórter Brasil e queria investir nisso. Houve uma menina que nos escreveu querendo fazer um anúncio na Calle2. Ela pediu um orçamento, andei fazendo as contas, mas acabei não

avançando com essa conversa pelo meu desânimo. Até falei com o cara que fez o *freela* do departamento comercial e a gente achava que cobrar dela menos de R\$ 700,00 não valeria a pena e eu teria que emitir nota, abrir empresa e CNPJ e teria um gasto muito grande em troca de um lucro muito pequeno. Eu tendo a achar que esse valor era até muito para ela, que ela quisesse um investimento bem menor. A menina era uma produtora *freelancer*. O que vislumbrei como uma oportunidade final é que a Calle2 ganhasse editais. De fato pintou um edital que chama 'Fundo Brasil de Direitos Humanos' para pagar projetos de jornalismo nessa área de Direitos Humanos. Pedimos R\$ 30.000,00 para fazer uma reportagem contemplando uma viagem, algo bem específico dentro do que eles exigiam. Também é um negócio complicado porque seria um dinheiro que pagaria a própria reportagem e não daria lucro nenhum para a Calle2. Fomos para a segunda etapa, mas não passamos para a final. Hoje estamos mantendo a Calle2 num ritmo muito mais lento, com um ou dois textos no mês, lembrando que começamos publicando três textos por semana, e eu pago isso do meu bolso. Acho que vou segurar por seis meses e, depois disso, eu já não dou conta mais.

Juliana: Você vai tirar do ar ou vai só parar de postar?

Ana Magalhães: Não sei. Acho que talvez eu pare de postar e deixe no ar por um tempo e um dia, talvez um ano depois, tiraria. Ainda não pensei nisso. Eu tenho trabalhado muito para a Repórter Brasil e é muita loucura para minha cabeça. Ofereci para o Guilherme Soares cuidar dessa parte e isso já começou. Eu vou sair da coordenação e vou deixá-lo tocando, abrindo a possibilidade para que se tentem outras coisas. Ele pode entrar com outra energia, talvez fazer um *crowdfunding* de assinatura mensal. Estou dando um espaço para ver se alguém assume a Calle2 com mais pique do que eu. Estou muito feliz hoje na Repórter Brasil e acho que a Calle2 cumpriu um papel muito importante na minha vida que foi o de me mudar de lugar profissionalmente e sou muito grata por isso. Agora quero fazer uma análise sobre o mundo dos negócios. Tendo a achar que a gente vive hoje no jornalismo, não só no jornalismo *online* ou no Jornalismo Literário, uma crise de modelo de negócios. Os grandes jornais passaram anos se sustentando com anunciantes e esse modelo não está se sustentando mais. Há uma perda de anunciantes para o Google e Facebook, há uma restrição de circulação e os grandes jornais estão começando a reduzir papel

para reduzir custo e começando a cobrar assinaturas na internet. Tendo a achar que a maior receita dos jornais ainda está nos anúncios para o impresso, que ainda são mais caros que o digital. Então, quando acontecer essa migração total após o papel acabar, aí sim a gente vai viver o ápice da crise nos veículos porque só a assinatura e anúncio na internet talvez não sustentem os grandes jornais pela estrutura que eles têm. Pensando muito nessa crise, tendo a achar que provavelmente o modelo próximo de negócios que vêm para as grandes redações de jornais é o que o UOL já faz hoje. De onde vem a grande receita? Não vem do próprio UOL, vem da “maquininha moderninha”. Ganha-se muito dinheiro com isso, aplica-se esse dinheiro e investe-se no UOL. Tendo a achar - e essa é uma análise minha e posso estar errada - que a tendência futura é esta: ter um *business* paralelo que garanta lucro suficiente para bancar esse jornalismo e adquirir receitas com outras empresas ligadas a esse jornal.

A ideia de anunciantes sustentarem os jornais nunca foi muito legal porque você rompe com a independência jornalística. É claro que as grandes empresas fazem pressão... tenho certeza de que o Governo do Estado faz pressão em cima da Folha de S. Paulo, de que se caírem matando em cima deles irão cortar os anúncios. De fato essa transição pode caminhar para um outro modelo que talvez seja até mais interessante. Agora vamos falar dos pequenos veículos. A minha experiência na Repórter Brasil mostra o seguinte: a grande maioria dos projetos pequenos que estão dando muito certo são projetos que estão vivendo de editais e incentivo de Instituições. Diante dessa crise do jornalismo *mainstream*, há grandes fundações filantrópicas do Terceiro Setor que estão vendo a importância de investir dinheiro em pequenos veículos para que aqueles temas continuem sendo cobertos. No caso, as duas grandes áreas que têm potencial são meio ambiente e responsabilidade socioambiental. Há instituições internacionais que querem jornalistas cobrindo determinados temas. Esse é um caminho muito interessante. A própria Repórter Brasil tem hoje um financiamento da Ford Foundation e está tudo bem. Agora, entrando no Jornalismo Literário... O Jornalismo Literário pelo Jornalismo Literário talvez não consiga entrar nesse universo porque as grandes instituições financiam (não necessariamente o JL em si) o jornalismo investigativo que traz reportagens de peso, possibilitam fazer viagens in loco, permitem conversas profundas com a comunidade e isso não é necessariamente Jornalismo Literário. Claro que o JL transita muito por aí. Claro que essas grandes reportagens têm outro ritmo, que não é o ritmo do jornalismo diário. Eu vejo mais o JL como uma forma, do que como um fim em si. Qual

o problema desse modelo de financiamento das instituições internacionais? Você acaba ficando limitado a um projeto específico que foi prometido para quem está financiando a ação. Lançar uma revista de Jornalismo Literário por ser Jornalismo Literário, com liberdade de atuação de cobertura, talvez não se encaixe nessas novas possibilidades que estão aí. O BRIO fazia grandes reportagens de peso de JL, mas não sei se ele tinha um recorte muito claro que se encaixasse nesses grandes financiadores. Se você quiser entrar nesse universo, é necessário entrar na pauta e temática que eles querem, e isso também tira um pouco de liberdade.

Juliana: O foco inicial da Calle2 era Jornalismo Literário e depois isso mudou?

Ana Magalhães: Quando abri a revista eu queria, sim, ter textos de JL, mas também vislumbrava ter textos que não fossem de JL. Mas houve uma mudança de postura e acho que isso aconteceu por uma questão conjuntural e que foi muito ruim para a Calle2: veio o *impeachment* da Dilma. Eu abro a Calle2 num cenário de estabilidade política, estava tudo muito calmo até então e de repente veio um furacão. Olha que azar! Ela foi lançada dia 25 de novembro de 2015 e no dia 10 de dezembro estavam iniciando o processo do *impeachment*. O que eu começo a perceber? O pau quebrando aqui no Brasil e eu aqui falando da América Latina? Não tinha como ignorar o assunto brasileiro. De fato as nossas reportagens mais lidas foram sobre o contexto brasileiro, exceto uma que foi a reportagem sobre o papa Francisco, porque o papa é *pop*! Mas a segunda, a terceira e a quarta eram reportagens mais voltadas para o Brasil e por que que eu faço essa análise? É conjuntural. De fato, quando vem o *impeachment*, todo mundo quer ler sobre isso e aí eu decido - porque eu sou jornalista - que vamos entrar com um novo olhar para a história brasileira, porque não posso ignorar o que está acontecendo e vamos manter algumas reportagens sobre a América Latina. Entramos no assunto do *impeachment* com um olhar muito diferente, sempre mantendo a proposta da Calle2, que é ter um olhar original mais profundo sobre assuntos e cobrindo buracos da imprensa e a gente cumpre essa meta. Um dos assuntos mais buscados foi um texto que fiz sobre as “pedaladas”, e é uma matéria muito buscada no Google, e todo mundo caía na Calle2. Mas claro que, quando a gente entra um pouco mais no quente, a gente perde um pouco esse tempo de elaboração do JL, infelizmente. Conseguimos bons textos, mas não necessariamente de Jornalismo Literário. Até porque acho que o JL precisa de um tempo de maturação

e, quanto mais quente o assunto, fica mais difícil você fazer um texto com estilo de JL. Por conta dessa conjuntura a gente se afasta um pouco do JL e também é preciso destacar uma outra característica: um bom texto de JL é muito pouca gente que faz.

Vou te contar um caso específico. Recentemente uma pessoa me procurou dizendo que estava indo para uma manifestação na Argentina, era uma história do Mercosul e ele ia no ônibus acompanhando esses militantes. Aceitei, sugeri algumas coisas, avaliamos juntos as possibilidades de como reportar essa história que seria um material muito rico. Sugeri a ele que fizesse uma matéria de JL, mais autoral, contando dessa viagem, de suas impressões. Eu esperava um texto com relato de viagem, junto com digressões, mas eu precisava que ele sentasse e filosofasse sobre aquilo e que me levasse a outros lugares. Quem sabe fazer isso? A gente conta no dedo. Esse menino me entregou praticamente um relatório. Não tinha nenhum talento para a coisa. E aí, quando eu li, eu falei que não tinha nem salvação. Descubro, lendo o texto, que ele era um militante petista. Naturalmente, como todo militante ele tinha pouca visão autocrítica e aí desistimos do texto porque ele não tinha perfil para a coisa. Eu acho que essa história ilustra que quem sabe fazer JL é muito pouca gente. Ter talento para isso, gostar disso. Fazer JL demanda leitura.

Juliana: Acredito que demanda repertório pessoal.

Ana Magalhães: Exato! Não adianta só sentar, estudar, fazer um curso de pós, tem que ter culhão e repertório pessoal. Eu mesma faço uma autocrítica. Quando eu escrevo JL, eu sei que não tenho muita habilidade de escrever diálogo ou descrever coisas, mas sou forte na digressão. Nunca escrevi uma matéria com diálogos, não é por aí, não sai da minha alma, não tenho essa habilidade. Outra coisa que não tenho muita habilidade é para escrever textos de humor. Se uma revista me pedisse uma digressão, escreveria feliz da vida, tenho uma personalidade que bate com isso. Talvez não seja tão boa contadora de histórias, mas tenho habilidade para fazer outras digressões. Também acho ambiciosa a ideia de querer montar uma revista de JL, sendo que estamos num país que estudou pouquíssimo. Do mesmo jeito que é um nicho o núcleo de escritores, é o de leitores. Então não é fácil fazer JL nem encontrar quem faça isso bem.

Juliana: Você acha que o JL foi bem recebido na plataforma *online*?

Ana Magalhães: Acho que quem lê JL no papel, também lê na tela. Exemplo disso é a PIAUÍ, que está se fortalecendo no digital e, se ela está fazendo isso, eu confio. Acho que na plataforma *online* cabem grandes reportagens. A forma não importa muito, o canal não importa tanto.

Juliana: Você considera seu projeto um sucesso? Expectativa x realidade.

Ana Magalhães: Se a gente tirar a análise financeira, a Calle2 fez sucesso. A projeção dela superou as expectativas em termos de audiência. Ela é muito conhecida entre muitos jornalistas, todo mundo acha um projeto muito bonito, que teve êxito e várias vitórias. Mas, quando você analisa financeiramente, já não posso dizer que foi um sucesso. É muito complicado montar um veículo e conseguir fazer com que ele seja sustentável financeiramente. Até o NEXO, que é um veículo muito famoso, ele ainda está no vermelho e vai ficar mais tempo, não sei nem se chegarão no zero a zero. Outro sucesso da Calle2 é que foi um projeto de garagem, sem sede, era eu em casa, junto de poucas pessoas testando a publicação. Para o tanto que ela era de garagem acho que fez um bom trabalho no jornalismo, a qualidade era alta pelo pouco dinheiro que tínhamos.

Juliana: A estética do projeto teve impacto positivo na audiência?

Ana Magalhães: Sim, sem dúvida. A Calle2 foge do padrão. Acho também que mesmo não tendo focado tanto em JL quanto eu gostaria, a revista ficou famosa por ter um bom texto. Prova disso é que a Calle2 entrou em um livro sobre jornalismo e comunicação, e o cara que escreveu esse capítulo fala sobre jornalismo independente e cita três veículos. E eu pergunto para ele o porquê da Calle2 estar lá, sendo que tinha um universo de 50 veículos. Ele me disse que era por causa do texto. Também acho que nos momentos em que entramos em assuntos mais quentes da história brasileira, entramos muito bem. Teve uma época, lá em 2016, que começou uma polêmica em torno da Lei Rouanet. Quando entrou esse debate, eu quis entrar nesse assunto. Entrevistei o cara que era o ex-governador do Ministério da Cultura, e isso me interessava porque ele conhecia o sistema muito bem, mas já não estava mais no cargo. Fazer essa entrevista com ele foi muito esclarecedor. A gente entra na discussão com análise, explicando falhas, reconhece problemas da lei. Nessa época tive um *feedback* muito positivo de um cara que não é jornalista, e sim da área da cultura, dizendo que a Calle2 estava arrasando. A equipe fez um bom trabalho, tive

colaboradores muito talentosos e especiais e atraímos pessoas muito legais, e nesse aspecto o projeto foi um sucesso!

APÊNDICE G – Entrevista realizada com Breno Costa, fundador

Veículo: BRIO

Meio: *Skype*

Data: 9/5/2018

Juliana: Como nasceu o BRIO?

Breno Costa: O custo é realmente complicado, é um obstáculo e não é desculpa. O Jornalismo Literário (vou chamar assim), ele demanda necessariamente que o repórter esteja fisicamente presente no local onde partes do fato que ele vai narrar, aconteceu ou está acontecendo. Isso envolve custos de viagem, hospedagem, envolve tempo – às vezes não é só acompanhar o evento, é preciso ficar uma semana, um mês acompanhando um personagem – e isso tudo é um custo que está presente numa lógica nesse formato de produzir jornalismo de qualidade. No BRIO hoje o que procuramos fazer é que fazer jornalismo relevante não é caro porque a gente entende que o jornalismo não se resume ao Jornalismo Literário, por mais que eu, pessoalmente, goste e sinta prazer em ler grandes histórias. Não é porque o Jornalismo Literário é caro que todo jornalismo é sacrificado. Mas é possível fazer jornalismo relevante da sua casa. Dependendo do que for fazer, você não precisa estar presente no processo para que isso preencha os requisitos jornalísticos necessários. Quanto mais a gente conseguir fazer com que o jornalismo possa ter esses elementos do JL é melhor, mas é realmente uma questão porque tem que ter

alguém bancando e é aí que entra o BRIO. Em 2013 eu trabalhava na Folha de S. Paulo e a situação em relação ao mercado não era tão feia quanto agora, mas já era ruim. Eu, particularmente, acompanhava muito notícias e relatórios sobre hábitos de consumo de informação e novas iniciativas no mercado no Brasil e fora também. Eu tinha aquele comichão de querer fazer alguma coisa porque eu entendia que a lógica ali é que, quanto mais se destaca, mais você fica perto de ser demitido porque seu salário está muito alto. O jornalismo tem feito isso com muita gente experiente. A não ser que você vá subindo na hierarquia do jornal e deixa de ser repórter e vira editor. Mas e aí se for demitido, o que você faz? Mas não se resume a isso, se resume ao prazer que você tem de trabalhar com isso, pra você conseguir emplacar uma matéria que você dá o sangue, que tem uma puta história, já é difícil. Tem caso que o jornal não dá a matéria não só porque tem censura mas o editor, um ser humano, considera que não tem um *time* adequado e tal, e depois a coisa esfria e às vezes não vai mesmo. Enfim, eu precisava fazer alguma coisa e tinha mais dois colegas que também queriam. Cada um tinha uma ideia diferente e ninguém acreditava que isso ia para frente. E a coisa foi indo e a gente conseguiu chegar a um formato de consenso e aí entrou uma pessoa da área tecnológica (equipe de *design*), e entrou também um cara de *business*. A nossa ideia inicial e estruturada era que o BRIO tivesse reportagens *longform* no meio digital. Mas não era só isso. Era isso e um mastodonte tecnológico – quase que um Facebook para jornalista. A ideia era conectar repórteres, fotógrafos, *videomakers* do mundo inteiro e ter um publicador, algo como o medium hoje. Conseguimos um investidor-anjo, que era familiar de um dos sócios e que botou um dinheiro inicial grande. Ninguém bota o dinheiro que botou se não acredita no negócio! Mas o desenvolvimento do braço tecnológico que ia sustentar o jornalismo ficou muito lento, cheio de especificações e foi entregue com muito atraso, o que gerou prejuízos jornalísticos, porque a gente tinha anunciado data de lançamento e perdemos uns três casos de reportagens muito boas. No fim das contas, lançamos o BRIO em maio de 2015, dois anos depois. O BRIO pegava repórteres para produzir reportagens e tinha dois modelos: ou o repórter já chegava com a pauta, ou a gente elaborava a pauta – e em grande parte nós que elaboramos a pauta. A gente já pensava sempre em adotar um modelo narrativo que não fosse apenas o Jornalismo Literário, mas que bebesse no roteiro cinematográfico. Não por acaso, não por capricho, mas a gente acreditava, tínhamos potencial para virar um produto audiovisual no futuro, caminhando para produção de adaptação para uma série, roteiros, baseados em fatos reais. Como a

coisa toda atrasou e só foi lançada em maio de 2015, o braço tecnológico foi abandonado e o *site* de publicação era um horror completo. Foi um imenso desgaste emocional, além do desgaste financeiro, porque eu tinha saído da Folha em 2013 e só comecei a receber salário em fevereiro ou março de 2015 porque o investidor liberou. Mas a parte jornalística estava muito bem estruturada. A gente tinha um editor nativo em Nova York que contratamos, tinha histórias de gente dos EUA, México, Índia, Europa... e tinha planos de expandir para o mundo porque a nossa ideia era conectar jornalistas do mundo, tanto que nossa empresa (CNPJ) foi aberta nos EUA porque prevíamos que lidaríamos com pagamento fora do Brasil, e tudo foi pensado já dentro dessa perspectiva. Então fomos para o ar e o *site* era só para publicar histórias. Mas para a pessoa que entrava no *site* poder ter acesso ao conteúdo, existiam sete barreiras como cadastro, clique aqui ali, vai e volta. Ou seja, a taxa de conversão de leitores era de 2%. Então o conteúdo não era pago, mas toda a estrutura foi criada para cobrar assinatura, mas foi para o ar um negócio totalmente diferente, mas com conteúdo muito bom. As reportagens em si eram muito boas, tanto que o pessoal gostou do BRIO. Isso gerou um retorno ruim, a possibilidade de cobrar pelo conteúdo ficou nula, além do investidor ficar ressabiado por causa dos atrasos todos. Um dos sócios era o Felipe Seligman que no meio do caminho fundou o site JOTA⁵⁶, um dos principais *sites* dessa nova geração, e o investidor do BRIO resolveu botar dinheiro no JOTA. Por isso, em 2015, depois de três meses do lançamento (auge da crise econômica), houve redução de 2/3 do investimento no BRIO e, dos cinco sócios, apenas eu disse que queria ficar e tocar esse negócio e fui em frente. Decidi fechar o *site* e colocar tudo pro medium de graça e parei de gastar com a tecnologia, e a plataforma fazia todo o sentido naquele formato, já tinha toda uma rede de publicação. Perdi de vista totalmente a possibilidade de cobrar conteúdo então o modelo continuava dependendo daqueles restos que sobraram do investidor e esses restos acabaram. O pessoal dizia pra fazer *crowdfunding*, mas isso não banca jornalismo nesse nível, é uma piada achar que banca, não tem condição. Tem que ser um modelo estruturado por outra coisa. O modelo de negócio (*business plan*) inicial ganhou prêmio porque era tão amarradinho que foi premiado. O Marc Sangarné, que foi o cara do *business* que era nosso sócio, hoje é CEO do JOTA, fez um plano lindo de se ver no papel, mas ele escolheu uma empresa muito ruim para cuidar da parte tecnológica

⁵⁶ Disponível em: <https://www.jota.info/>. Acesso em: 5 mai. 2018.

e assim foi um fracasso. Dois meses depois do lançamento do BRIO, eu fui comunicado que o projeto não ia para a frente. Em julho de 2015, nessa época eu morava em Brasília ainda, tinha acabado de ler um livro chamado Contágio. Foi quando comecei a estudar e anotar isso que o BRIO Hunter virou hoje que é capacitar a qualificar jornalistas para produzirem jornalismo de qualidade sem perder a essência da coisa. Como referências posso citar que lá em 2013 tinha acabado de surgir o Atavist que foi uma referência visual e gráfica para o BRIO. E, em março de 2013 também tinha acabado de acontecer aquele *crowdfunding* bem sucedido do The Correspondent⁵⁷ da Holanda, onde as pessoas pagavam pelo conteúdo. Eu acompanhava pesquisas nesse ano. No Brasil, foi a época em que as pessoas mais declaravam estarem dispostas a pagar pelo conteúdo. Na época não existia a PIAUÍ digital, não existia nenhuma experiência *longform* no Brasil, então seria um pioneirismo nessa linha, não apenas de ler no computador, mas sim trazer uma experiência *online*.

Juliana: Qual o futuro do BRIO?

Breno Costa: Vamos voltar a produzir conteúdo? A minha ideia é que sim. Existe um plano meio maquiavélico porque estou preparando jornalistas (via BRIO Hunter) e tenho uma base grande de jornalistas como clientes e só se eu for idiota em não querer usar essa base! Não sei se jornalismo *longform*, mas quero poder aproveitar toda essa experiência para dar a volta por cima de voltar a produzir. Pode ser logo ou pode demorar, mas está no nosso plano. Voltaria em parte com investimento, em parte com modelo mais robusto. Investimento seria necessário para a coisa começar.

Juliana: Como foi a audiência do BRIO? Quem eram as pessoas?

Breno Costa: O início foi muito tumultuado em termos tecnológicos, o que impactou na questão dos números. Além disso, a gente tinha um ponto fraco que era de não falarmos com públicos específicos. Cada reportagem do mês tinha um apelo determinado para aquele público e por isso a divulgação era variada de acordo com a reportagem que estava lá, não tinha como fazer publicidade direcionada. Tivemos um salto gigantesco de audiência quando publicamos a questão do BNDES e do Lula.

⁵⁷ Disponível em: <https://decorrespondent.nl/>. Acesso em: 10 mai. 2018.

Publicamos alguns trechos da matéria para que as pessoas pudessem ler e para isso elas tinham que deixar o e-mail para podermos trabalhar essa base. Então a nossa base aumentou, mas eram pessoas que não ligavam nem um pouco para o jornalismo *longform*, só queriam saber o que o Lula tinha feito e mais nada. O público virou uma base contaminada. Então as pessoas nem abriam e-mail que mandávamos porque não estavam interessadas em nada, só queriam xingar o Lula. E no medium era muito limitado, sabíamos quantas pessoas tinham acessado as histórias e mais nada. A história que mais teve acesso chegou a 40.000 leitores, que na época era um bom número. Mas se for converter de que do total, 2% desse público pagaria para ler, seriam 800 pessoas apenas. Se fosse cobrado R\$ 10,00 por mês para uma grande reportagem, teríamos um total de R\$ 8.000.

Juliana: Você acha que o JL não tem espaço ou são projetos mal resolvidos?

Breno Costa: Uma coisa é certa: há interesse do público porque ele está interessado em boas histórias, sejam elas de três linhas ou histórias que o envolvam de forma mais completa como uma série de TV ou filme faz. Exemplos recentes temos a reportagem que viralizou sobre o Fofão da Augusta⁵⁸, do BuzzFeed. A questão principal é de que não adianta bater no peito e dizer que faz Jornalismo Literário, sendo que seu tema principal dá sono. Você tem que usar a possibilidade da longa narrativa associada a uma grande história. E também, hoje em dia, (e isso é uma opinião minha, não tem ninguém dizendo), você tem esse domínio do audiovisual no tempo livre das pessoas. Tempo livre? Vou ver Netflix. Algumas pessoas ainda tem o hábito de ler, mas elas leem livros e daí chegar para ler uma grande reportagem tem que entender porque essas histórias fazem sucesso! Um dos pontos é: existe um personagem, um cara que tem uma jornada contada, um cara que tem um marco narrativo. Aí as pessoas que leem, leem o texto inteiro. Precisa ter o clímax, o ponto que vai lá embaixo no nível dos valores, tragédia, uma estrutura pensada nesse aspecto de que, ao lerem, elas estão assistindo a um filme. Se não choca com a referência que tem na cabeça delas hoje em dia, principalmente o público jovem, com uma outra questão. Se for um *longform* muito “relatorial” e burocrático, que começa e termina do mesmo jeito, apenas com excesso de volume, não dá. Tem que levar o

⁵⁸ Disponível em: https://www.buzzfeed.com/felitti/fofao-da-augusta-quem-me-chama-assim-nao-me-conhece?utm_term=.wkRPIPzvo#.nlyO1OZzE. Acesso em: 13 out. 2018.

cara para dentro, reconstruir em detalhes, narrar bem e aí faz a diferença, aí a pessoa pode até pagar por isso. O BRIO também estava querendo fazer, mas não deu tempo, além de fazer acordo com o audiovisual para monetizar, é também ter a possibilidade de usar o *know-how* técnico de produção escrita para fazer o negócio para marcar que queriam contar histórias que engajem o público delas. É um caminho, às vezes não é necessariamente ter um mecenas que banque tudo. Às vezes é um investidor que te banque uma parte, e o resto é complementado com vendas diretas das reportagens, eventualmente negociar reportagens para outros veículos fora do Brasil, etc. Tem projeto mal estruturado, tem projeto romântico que diz viver só de jornalismo literário, mas é muito difícil. O modelo do Atavist é assim, ele não vive apenas de um jeito.

APÊNDICE H – Relatos da pesquisadora

Para a Calle2, foi produzida inicialmente uma reportagem chamada “Um jogo de gigantes”⁵⁹, que conta a história de um time de *rugby* de cadeira de rodas da cidade de Campinas, interior do estado de São Paulo. Os atletas permitiram que esta pesquisadora, que então desempenhava o papel de jornalista literária, além de contar uma história, pudesse também vivenciá-la, sentando em uma cadeira de rodas jogando *rugby*. A sugestão de título inicial enviada para a editora-chefe foi “Gigantes pela própria natureza” e, após passar por correções finais, foram feitas pouquíssimas modificações no texto original. O conteúdo final foi publicado com 7.448 caracteres (sem espaço), no dia 8/12/2015, dois meses depois do lançamento da Calle2.

Entre outras contribuições, é importante ressaltar aspectos sobre mais um texto produzido para a Calle2, sobre o perfil da primeira jovem vereadora da cidade de São Paulo eleita em 2017 pelo Partido Novo, chamado “Conheça Janaina Lima, a vereadora da nova direita”⁶⁰. O conteúdo foi muito questionado e modificado nas edições finais. No dia da entrevista, após quase duas horas de conversa, a vereadora trouxe à tona vários momentos de emoção, chorou e compartilhou sua história de vida. Neste sentido, como jornalista literária, as anotações acerca desses sensíveis momentos seriam, de fato, as maiores contribuições para o texto. O principal objetivo não era fazer um perfil totalmente político, ao contrário do que a imprensa tradicional apontaria.

⁵⁹ Disponível em: <https://calle2.com/um-jogo-de-gigantes>. Acesso em: 10 mar. 2019.

⁶⁰ Disponível em: <https://calle2.com/conheca-janaina-lima-a-vereadora-da-nova-direita>. Acesso em: 10 mar. 2019.

Quando o conteúdo foi para a edição final, o pedido era de que acrescentássemos informações mais técnicas e partidárias. Tais questões não foram trazidas propositalmente ao texto, por serem amplamente abordadas em outros veículos de imprensa. Mesmo sabendo que estávamos falando com uma figura pública, o objetivo era extrair diferentes sensações analisadas pelas técnicas do Jornalismo Literário. O conteúdo foi bastante modificado, já não tinha mais estilo próprio e voz autoral e, então, junto da editora-chefe, foi decidido que o perfil seria assinado como “equipe Calle2”. A publicação foi ao ar em 21/3/2017, dois anos e três meses depois do lançamento da Calle2.

Nota-se que a revista começou com um ideal menos politizado, com abertura a textos estruturados com elementos do Jornalismo Literário, desde a concepção das pautas e entrevistas, como podemos observar na experiência do texto sobre o time de *rugby* de cadeira de rodas. Porém, com o passar do tempo, foi possível notar que as notícias escolhidas como pautas principais foram sustentadas muito mais pelo teor político e pelos desdobramentos da grande imprensa, ficando notável o viés a partir da experiência desta pesquisadora em relação à publicação do perfil sobre a vereadora de São Paulo.

Quando Sibebe Oliveira iniciou o desenho de criação para a Revista Sentido, entrou em contato para que esta pesquisadora colaborasse como jornalista literária com pautas, perfis ou reportagens. Foi quando disponibilizamos duas sugestões iniciais e ambas foram vetadas.

A primeira opção era realizar o perfil de uma figura ímpar, a de um pai engajado na causa da inclusão de seu filho que tem Síndrome de *Down*. Infelizmente houve a negativa. Sibebe explicou que não gostaria de ter esse tema vinculado à edição de lançamento da revista, uma vez que o nome “Sentido” já havia sido escolhido para outra publicação que fomentava pautas de inclusão e não queria criar alusão ao tema.

Em uma segunda tentativa de envio de sugestão de pauta, foi proposto o perfil de um ourives que mora no interior de São Paulo e faz peças raras com madeira e ouro, dentro de sua casa, e obtém lucros vendendo principalmente para o exterior. O tema também foi negado, pois, nesta mesma edição da revista, havia uma matéria sobre desmatamento e, dessa forma, os temas poderiam invalidar um ao outro.

A sugestão da editora-chefe e fundadora, Sibebe Oliveira, foi a de que, na primeira edição, entrasse a história de algum personagem que se encaixasse numa

questão social de superação de vida, talvez uma história de alguém que sobrevivesse do trabalho nas ruas, semáforos, etc. O pedido foi negado por esta pesquisadora com a justificativa de que, dentro das questões trabalhadas nos elementos do Jornalismo Literário, não encaixamos o personagem à pauta pré-determinada, mas sim o personagem e sua história é que determinam o espaço.

Na visão de Sibebe, a revista foi totalmente criada para ser uma publicação de Jornalismo Literário, espelhada nos exemplos da Atavist, Etiqueta Negra e Anfíbia, porém, acaba sendo uma mistura de jornalismo convencional e jornalismo literário, como a própria fundadora aponta.

Como última tentativa, optamos por sugerir e escrever uma história de sucesso, esforço, treinamento físico e mental da Business Coach e escaladora de alta montanha, Thais Pegoraro, que bateu o recorde brasileiro ao cumprir o seu Projeto 7 Cumes – escalando os mais altos do mundo, incluindo o Everest – em um ano e nove dias. O valor pago foi R\$ 300,00 por este trabalho.

Foram quase quatro horas entrevistando a personagem, cinco horas para decupar a entrevista na íntegra. Um mês escrevendo com total imersão na realidade de Thais, indo até sua casa, vivendo um pouco de sua rotina, buscando fotos, compartilhando refeições e convivendo com sua família. Tal reportagem foi usada por Edvaldo Pereira Lima em seu curso online lançado em 2018, chamado Narrativas de Viagem em Estilo de Jornalismo Literário, como exemplo de texto da modalidade de narrativa de viagem e consta nos anexos desta pesquisa.

O perfil foi publicado no dia 31/10/2017, três meses depois do lançamento da revista, com 24.430 caracteres (com espaço) e não sofreu nenhum tipo de corte nem alteração de título, apenas acertos gramaticais pontuais. Como a Revista Sentido parou de publicar seis meses depois do seu lançamento, não tivemos mais colaborações para compartilhar.

ANEXOS

ANEXO A – Atestado de Edvaldo Pereira Lima



Contar e conhecer iluminam vidas.

ATESTADO

ATESTO, para os devidos fins, que inseri a matéria “Para Dentro e Para Fora de Si”, de Juliana Damante, publicada na revista digital *Sentido* em 2017, no meu curso online Narrativas de Viagem em Estilo de Jornalismo Literário, como exemplo de texto dessa modalidade.

Na minha abordagem didática, o processo ensino-aprendizagem se dá por distintos caminhos integrados. Um deles consiste na disponibilização de narrativas sob a categoria “Textos de Inspiração”. É nessa categoria que inseri a matéria de Juliana Damante, apresentando dois excertos e um link para a matéria inteira. Também inseri comentários sobre um aspecto importante da narrativa de viagem em estilo de jornalismo literário, que essa matéria apresenta. O texto, tal qual disponibilizado para os alunos, está em anexo a esse ATESTADO.

Escolhi essa matéria de Juliana Damante porque me parece relevante, didaticamente, expor aos alunos não só textos de autores veteranos e consagrados, mas também matérias de jovens autores que se destacam pela qualidade de seus trabalhos. Juliana, além de ser pós-graduada em jornalismo literário pelo curso que eu dirigia, é essa autora de uma nova geração de escritores da realidade de talento especial e, portanto, merecedora dessa escolha.

Prof. Dr. Edvaldo Pereira Lima

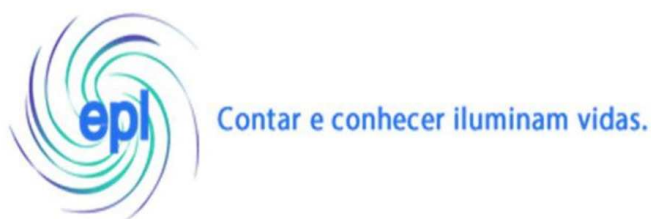
www.edvaldopereiralima.com.br

Diretor

EPL – Educação, Comunicação e Desenvolvimento Humano Ltda.

São Paulo, 25 de outubro de 2018

ANEXO B – Excertos da aula de Edvaldo Pereira Lima



Narrativas de Viagem

*em estilo de Jornalismo
Literário*

*
*

Módulo 1 – Aula 1 – EI
*

Para dentro e para fora de si

Juliana Damante
*

(*Revista Sentido* – 2017).

EXCERTO 1

A 312 metros do cume do Aconcágua, Thais Pegoraro decidiu voltar.

- Aqui não é lugar, disse o guia da expedição.
- Mas eu preciso, explicou ela.
- Então vai para o fim da fila e alcança a gente.

Ela quis correr para ir mais rápido. Não queria atrapalhar a expedição. Queria fazer suas necessidades sem perder mais tempo. O cume. Tinha o cume. E o tempo. Mas também tinha as necessidades físicas. Quando estava indo, o equipamento da bota enroscou na sua calça e então ela caiu e rolou. A descarga de adrenalina foi tamanha que ela começou a tremer. Tentou se recuperar, mas

não conseguiu. Lutou contra a própria mente, mas já tinha perdido a expedição e o mais importante, o controle emocional.

Insistiu. Ainda andou mais quatro horas. Parou em La Cueva, ponto a duas horas do cume da maior montanha da cordilheira dos Andes (na Argentina). E o guia que havia ficado para trás, junto dela, orientou:

– Aqui é uma decisão tua. A gente tem que chegar no cume em duas horas ou temos que voltar porque a condição climática muda.

Moída, física e emocionalmente, ela não queria mais. Nem subir nem descer.

EXCERTO 2

O tombo foi grande, mas não paralisador. E a jornada? Estava só no começo. Thais foi se buscar. Foi em busca do seu existir, de fincar a sua raiz tão profundamente. Foi buscar o que tinha dentro dela, por vias externas. Extremas. Foi buscar nas sete montanhas que subiu o seu próprio cume. E de tanto escalar, ela chegou lá. Lá, dentro dela. O encontro com o seu interior fazia parte dos maiores silêncios que percorreu em expedições que chegavam a ter mais de vinte dias.

Na cor branca a reflexão da luz é total. (Interna e externamente). Deve dar até para projetar um arco-íris dentro de você! Lá é sempre dia. Longe do tempo cronológico aqui de baixo, a montanha projeta no relógio biológico e emocional um novo sentido de conexão. Caminhar, escalar, comer e dormir. Silenciar.

<http://revistasentido.com/paradentroeparaforadesi/>

Observe:

A viagem para fora, para o mundo, é também uma viagem para dentro, para si mesmo. A realidade é múltipla. O mundo externo, objetivo, concreto, factual e

palpável, é apenas uma parte dela. Uma outra parte é interna, sutil, subjetiva. Há uma correspondência entre ambas.

Quando estamos no nosso cotidiano, tendemos a perder contato com essa realidade interior, agimos no automático. Quando viajamos, como estamos cercados por circunstâncias e ambientes diferentes, precisamos trazer atenção de volta a nós mesmos, enquanto simultaneamente necessitamos nos dar conta de tudo o que está à nossa volta, nesse ambiente até então estranho, novo, desafiador.

A viagem para o desconhecido, para a exploração de territórios estranhos e para o encontro com o outro, é também a oportunidade da descoberta de nós mesmos.

O foco desse texto é exatamente esse. A jornada de descoberta da protagonista, a empresária Thais Pegoraro, que sai da sua zona de conforto do mundo cotidiano para se arriscar escalando montanhas no mundo estranho das cordilheiras em diferentes partes do globo. O escalar é real, mas também é a metáfora da jornada em direção a si mesma, seus limites e suas capacidades ocultas.

Nessa narrativa, a autora não é a protagonista. Seu desafio, então, é retratar a protagonista com o máximo de fidelidade e inteireza, mergulhando em seu universo íntimo para gerar a necessária conexão entre o leitor e a personagem real. Dessa vez, de um modo direto, praticamente sem a intermediação da autora no papel de viajante exploradora do desconhecido.