

UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA "JÚLIO DE MESQUITA FILHO"
FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES E COMUNICAÇÃO

ANDREA KLACZKO

**O JORNALISMO LITERÁRIO NAS REVISTAS *PIAUI* E
BRASILEIROS: EM BUSCA DA LITERARIEDADE**

BAURU – SÃO PAULO

2010

ANDREA KLACZKO

**O JORNALISMO LITERÁRIO NAS REVISTAS *PIAÚÍ* E
BRASILEIROS: EM BUSCA DA LITERARIEDADE**

Trabalho de Conclusão de Curso de graduação em Comunicação Social com habilitação em jornalismo, apresentado à Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”.

Orientador Prof. Dr. Marcelo Bulhões

BAURU – SÃO PAULO

2010

ANDREA KLACZKO

**O JORNALISMO LITERÁRIO NAS REVISTAS *PIAÚÍ* E
BRASILEIROS: EM BUSCA DA LITERARIEDADE**

Trabalho de Conclusão de Curso de graduação em Comunicação Social com habilitação em jornalismo, apresentado à Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, orientado pelo Prof. Dr. Marcelo Bulhões.

BANCA EXAMINADORA:

Prof. Dra. Elizabeth da Penha Cardoso

Prof. Cláudio Rodrigues Coração

Orientador: Prof. Dr. Marcelo Magalhães Bulhões

Bauru, 26 de novembro de 2010

Para meus pais, é claro.

AGRADECIMENTOS

Meu pai um dia me disse que quem tem muito a agradecer é, na verdade, uma pessoa de sorte. Acho que por isso me considero uma sortuda.

Começo então meus agradecimentos por ele. Obrigada, pai, por todo o apoio durante todos esses anos. Agradeço por todas as conversas noturnas na cozinha, em que certamente ouvi muito mais do que falei, e aprendi lições que guardarei para toda a vida.

Agradeço a minha mãe, por sua alegria contagiante. Por toda sua preocupação e atenção comigo e por estar sempre perto quando eu mais precisei. Obrigada também por, de alguma forma, ter me passado sua paixão pela literatura e por ser o exemplo da "leitora voraz" que eu sempre quis ser.

Julia, faltam palavras para te agradecer! Sou muito grata por termos conseguido criar uma amizade tão forte. Você foi meu exemplo durante toda a vida e fez por mim muito do que talvez eu merecesse. Obrigada pelas garrafas de vinho e por todas as conversas intermináveis. Foram elas que muitas vezes me colocaram nos trilhos.

Por dividirem comigo os melhores quatro anos de vida e por participarem do meu todo-dia, agradeço a vocês Renata, Agata e Mariana. Itajubá, você esteve ao meu lado nos melhores e também nos piores dias dessa faculdade e tenha certeza que sua companhia foi o que fez de tantos momentos cotidianos inesquecíveis. Obrigada. Gá, nunca imaginei que poderíamos ser tão amigas, mas agradeço muito por ter tido a oportunidade de compartilhar com você o mesmo teto por três anos. E também por ter aturado tantas das minhas crises de bobeira! Rê, agradeço por você falar, comer, dormir e rir tanto. Tanto quanto eu. Foi tão bom encontrar alguém tão parecida comigo! Sua amizade me faz crescer muito. Nossas conversas vão fazer muita falta. Obrigada por tudo!

Mariana e Camila, não poderia deixar de agradecer vocês. Minhas amigas de toda a vida, obrigada por me darem tanto incentivo especialmente no período final desta pesquisa. Mesmo estando tão longe, vocês sempre se fizeram muito presentes. Obrigada!

Tropeiro, você também não poderia estar de fora desta lista. Obrigada por sua companhia nas madrugadas próximas ao fim desse trabalho, ela foi muito agradável e divertida!

Por todos os brigadeiros, tortas de morango e bananas caramelizadas, obrigada Caio. Obrigada por estar ao meu lado todos os dias, sendo um companheiro muito melhor do que eu poderia desejar. E já agradeço antecipadamente por todos os dias, livros, histórias e sonhos que pretendo continuar compartilhando contigo pela vida afora.

Ao professor que desde o primeiro ano de faculdade acompanhou e colaborou para todas as minhas vitórias acadêmicas, obrigada. Mais do que orientador, Marcelo Bulhões, você foi um mestre para mim. Agradeço ainda pela amizade que construímos ao longo desses quatro anos: nossos cafés foram os responsáveis por desanuviar muitos dos caminhos que escolhi seguir.

Aqueles que vieram primeiro como orientandos, Marcel Antonio Verrumo e Michelle Moreira Braz Dos Santos, agradeço por toda ajuda prestada e por todas as discussões acadêmicas que tivemos nesse ano de trabalho, elas me guiaram em diversos momentos de desespero.

Agradeço muito à UNESP, por ter me dado a oportunidade de estudar, crescer e fazer tantos bons amigos durante esses quatro anos. Agradeço especialmente aos professores Maximiliano Martin Vicente, Luciano Guimarães, Danilo Rothberg e Cláudio Bertolli por terem, muitas vezes, colocado em prova todas as minhas crenças e até mesmo sonhos, transformando extremamente minha visão de mundo.

Por fim, agradeço à FAPESP por confiar em minha pesquisa de Iniciação Científica e por financiar todos aqueles livros que eu desejei comprar.

“O verdadeiro lugar de nascimento é aquele em que, pela primeira vez, se lança um olhar inteligente sobre si mesmo: as minhas primeiras pátrias foram os livros.”

Marguerite Yourcenar

RESUMO

Com o avanço da mídia televisiva e recentemente da internet, o jornalismo impresso parece estar perdendo força mercadológica, com tiragens cada ano menores. Em busca de novas formas de atrair o leitor e de obter maiores lucros, revistas brasileiras tentam modificar o tradicional texto jornalístico, puramente informativo, para um texto com nova linguagem, que possibilitasse a “humanização” dos relatos da notícia. Essa nova forma de escrever o texto jornalístico foi batizada no Brasil, nas últimas décadas, de *jornalismo literário*.

Com influências do *New Journalism* americano, o *jornalismo literário* parece ter se tornado um “fenômeno” editorial no Brasil, com o surgimento de revistas que se dedicavam ao “gênero” e com o lançamento de coleções de livros por importantes editoras brasileiras. Entretanto, as pesquisas de avaliação desse “novo jornalismo”, tanto na área de comunicação, quanto na das letras, não têm atentado para a necessidade de contemplar a natureza literária para se avaliar a produção textual do dito *jornalismo literário*.

Esta monografia tem como proposta estudar analiticamente a presença da *literariedade* no jornalismo literário brasileiro contemporâneo, avaliando textos do gênero Perfil das revistas *Piauí* e *Brasileiros*. Para isso, recorreremos às contribuições analíticas da teoria da literatura e do que já vem sendo publicado sobre jornalismo literário no Brasil.

PALAVRAS-CHAVE

Jornalismo; Literatura; Jornalismo Literário; Perfil; *Piauí*; *Brasileiros*

SUMÁRIO

AGRADECIMENTOS	04
RESUMO	07
INTRODUÇÃO	10
CAPÍTULO 1 – Mas, afinal, o que é o <i>literário</i> ?	13
1.1 O <i>New Criticism</i>	15
1.2 O Formalismo Russo	17
1.3 Procedimentos Analíticos de Obras Literárias	21
CAPÍTULO 2 - Por que as notícias são como são?	25
2.1 A empresa jornalística e a figura do repórter	26
2.2 O <i>Jornalês</i>	28
CAPÍTULO 3 – Possíveis Encontros do Jornalismo com a Literatura	31
3.1 A crônica como gênero híbrido	32
3.2 Reportagem – primeiros registros do nosso jornalismo literário	34
3.3 Joel Silveira, repórter e perfilador	36
3.4 O <i>New Journalism</i> e suas influências no jornalismo brasileiro	38
3.5 “Humanizar” para vender?	44
3.6 O jornalismo literário pela ABL	48
CAPÍTULO 4 – <i>Brasileiros e Piauí</i> : um novo conceito de revistas	53
CAPÍTULO 5 – Em busca da literariedade	56
5.1 Narratividade	56
5.2 Construindo heróis	69
5.3 Lúdico ou Literário?	76

5.4 As múltiplas facetas dos perfilados	83
ÚLTIMAS CONSIDERAÇÕES: Nem tudo que reluz é ouro	87
REFERÊNCIAS	90
ANEXOS	
ANEXO A – Perfil Mariangela Bordon	96
ANEXO B – Perfil Ricardo Almeida	100
ANEXO C – Perfil Drauzio Varella	105
ANEXO D – Perfil Manfred Hoffmann	118
ANEXO E – Perfil Antonio Luiz de Lima	123
ANEXO F – Perfil Indio da Costa	135
ANEXO G – Perfil Guilherme Leal	151

INTRODUÇÃO

Inspirados no *New Journalism*, jornalistas descontentes com o texto puramente informativo do jornalismo convencional passaram a buscar uma nova forma de escrever, com linguagem que aproximasse o repórter de sua pauta, focada no ser humano e em suas ações. Essa nova forma de escrever o texto jornalístico foi sendo discutida e principalmente a partir da década de 1960, até que, tempos depois, foi batizada no Brasil de *jornalismo literário*. Edvaldo Pereira Lima define o gênero como uma “reportagem ou ensaio em profundidade nos quais se utilizam recursos de observação e redação originários da (ou inspirados pela) literatura”¹.

Muitos comunicadores e jornalistas acreditariam que essa “nova linguagem” jornalística poderia funcionar como estratégia para atrair o leitor para o jornal impresso que, após os avanços da internet e da televisão, parece estar desvalorizado. Sob essa ótica, o jornalismo literário surgiria como alternativa ao jornalismo tradicional, por ser inovador e tentar fisgar o público com reportagens “melhor trabalhadas” que permitiria ao jornalista maior liberdade de escrita.

Foram, então, criados grupos de estudos dessa vertente de jornalismo, as quais deram origem à Academia Brasileira de Jornalismo Literário. Livros foram publicados sobre o tema, assim como vários estudos foram divulgados em congressos. No entanto, curiosamente, são raros os estudos sobre jornalismo literário que atentam para as características propriamente *literárias* das reportagens produzidas sob a alcunha *jornalismo literário*. Ou seja:

¹ ABJL. Disponível em: <<http://www.abjl.org.br>>. Acessado em: 07 de julho de 2010, às 11h52.

embora o jornalismo literário seja assiduamente comentado ou discutido, carecemos de abordagens que avaliem intrinsecamente sua produção textual e que demonstrem a presença do caráter literário supostamente nele presente. Em termos simples, diríamos: o que há de *jornalístico* no jornalismo literário parece ser bem sabido e explicitamente verificado; mas não há estudos que atestem a presença da marca própria da literatura, ou melhor, da *literariedade* nas produções ditas jornalístico-literárias no Brasil. Nossa pesquisa busca dar uma parcela de contribuição para preencher essa lacuna acadêmica.

Para isso, avaliaremos textos do gênero perfil das revistas *Piauí* e *Brasileiros*, coletados de julho a setembro de 2010. A escolha de tal modalidade não é arbitrária, afinal, esse gênero vem sendo costumeiramente associado diretamente ao jornalismo literário. A propósito, o livro *Jornalistas Literários*, organizado por Sérgio Vilas Boas, destaca o perfil como um gênero privilegiado do jornalismo literário.

Para nos dar subsídios para a avaliação da *literariedade* presente nos textos, fizemos um levantamento bibliográfico da Teoria da Literatura, que originou o primeiro capítulo dessa monografia, **CAPÍTULO 1 – Mas, afinal, o que é o literário?**.

O *jornalismo literário* é um termo que, a princípio, expressaria a contradição entre o utilitarismo jornalístico e o não-utilitarismo da literatura. Produzir jornalismo literário seria, pois, viver e, talvez, superar tal contradição. Para estudar essa contradição, fizemos levantamento bibliográfico das Teorias do Jornalismo, apresentados no **CAPÍTULO 2 - Por que as notícias são como são?**. O terceiro capítulo, **CAPÍTULO 3 – Possíveis Encontros do Jornalismo com a Literatura**, traz a discussão que vem

sendo publicada recentemente no Brasil sobre o jornalismo literário e como ele poderia ser implementado nas redações.

Para apresentar as duas revistas que compõe nosso *corpus* de pesquisa, e o que as diferencia das outras existentes no mercado, há o **CAPÍTULO 4 – Brasileiros e Piauí: um novo conceito de revistas.**

A avaliação do *corpus* é apresentada no **CAPÍTULO 5 – Em busca da literariedade.** Por fim, nossas considerações finais estão em **ÚLTIMAS CONSIDERAÇÕES: Nem tudo que reluz é ouro.**

Cumprir informar que essa pesquisa é fruto de uma Iniciação Científica financiada pela Fundação de Amparo a Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP), vigente de fevereiro de 2010 a fevereiro de 2011.

CAPÍTULO 1 - Mas, afinal, o que é o *literário*?

Com a chegada do século XX, em contraposição aos estudos literários do século XIX, surgem novas correntes de investigação literária, que foram fortemente influenciadas pela alteração da forma de pensamento proveniente dos novos paradigmas intelectuais vindos ao mundo com a virada do século, como a fundação da escola da Gestalt, a criação da Linguística Estrutural por Saussure, o início das aplicações da fenomenologia às ciências humanas e o surgimento das vanguardas artísticas, que passam a encarar a arte não apenas como representações da realidade, mas como uma forma específica de linguagem. Essas novas escolas literárias se propõem o estudo da obra de forma intrínseca, analisando sua coerência interna e não mais as questões exteriores à obra. Acízelo de Souza relata a mudança de paradigma dessas novas escolas:

Enquanto os modelos cientificistas do séc. XIX procuravam adaptar à investigação da literatura métodos de outras disciplinas – história, psicologia, sociologia, filologia –, as correntes surgidas nas primeiras décadas do séc. XX procuram estabelecer métodos próprios, específicos, admitidos por isso como capazes de dar conta do caráter também específico da produção literária, caráter esse que a tornaria distinta de inúmeras outras produções verbais não literárias.²

Até esse período, os estudos literários resumiam-se, fundamentalmente, a análises de fatores externos às obras. No geral, esses estudos se resumiam a pesquisas biográficas sobre os autores dos livros; possíveis causas psicológicas que poderiam ter influenciado o escritor na composição textual; buscas por relações entre contexto histórico e a biografia do autor; ou um

² SOUZA, Roberto Acízelo de. *Teoria da Literatura*. São Paulo: Ática, 2007. p. 38

estudo das influências literárias do autor para escrever certa obra. A crítica literária do período enfatizava as impressões e gostos pessoais dos estudiosos, sem métodos específicos de avaliação das obras³.

A discussão sobre uma possível definição de literatura é muito antiga, datando desde a época Clássica. No período, existia uma necessidade de se diferenciar a fala literária da fala cotidiana. Pitágoras defendeu que a linguagem não-literária seria “nua”, desprovida de figuras, enquanto literatura seria caracterizada pela utilização de ornatos. Na mesma linha, Aristóteles dizia que a literatura era, antes de tudo, uma arte verbal, e a linguagem literária deveria causar estranhamento ao receptor, ser nobre e fugir da linguagem *comum*⁴.

Entretanto, não havia, até o início do século XX, escolas críticas que atentassem apenas para os valores intrínsecos das obras literárias. As novas linhas de estudo surgidas no período são classificadas por Acízelo de Souza como Textualistas, justamente por privilegiarem o texto em si para o estudo da literatura. No total, seriam cinco escolas: a *Estilística*, surgida na Alemanha, Suíça e posteriormente na Espanha que, influenciada por Saussure, estava interessada nos sistemas da língua analisando a feição literária de cada texto; a *Escola Morfológica Alemã*, também na Alemanha, como o próprio nome diz, preocupada especialmente com a descrição de gêneros e com as formas da literatura; o *Estruturalismo* ou Fenomenologia dos Estratos, criado na Polônia por Ingarden, baseado na linguística saussuriana e no gestaltismo, tendo como essência a noção de “estrutura”, entendida como a relação entre pequenas unidades funcionais do texto organizadas para fins estéticos que

³ SOUZA, 2007.

⁴ SILVA, 1968.

dariam origem a uma rede de sentidos; o *New Criticism* ou Nova Crítica Americana, dos Estados Unidos, propondo uma análise minuciosa do texto, denominada *close reading*, atentando para, por exemplo, os aspectos fonéticos, a escolha de figuras de linguagem da obra e etc., para criação de um método de crítica literária; e, o *Formalismo Russo* surgido na Rússia, conhecido também por Formalismo Eslavo, que pesquisaria e desenvolveria métodos específicos de análise literária por aspectos estilísticos e estruturais da obra.

Renné Wellek e Austin Warren apresentam três significados atribuídos à palavra *literatura*. O primeiro é literatura como tudo aquilo que for escrito, como a história da humanidade, por exemplo. Outra acepção da palavra é dada a um conjunto geral de publicações, como a literatura médica, ou a literatura histórica e etc. Por fim, a definição de literatura como arte, como fenômeno estético. Historicamente, o *New Criticism* e o Formalismo Russo foram as duas únicas vertentes empenhadas em criar e discutir diferentes teorias para a literatura como arte escrita, buscando a elaboração de formas enfáticas de investigação do fenômeno literário especificamente, ou seja, procurando encontrar um caminho para descobrir o que torna um texto *literário*. Partindo deste pressuposto, utilizamos as contribuições dessas duas correntes literárias para definir as diferenças dos textos literários para os não-literários e compreender quais elementos fazem da literatura uma arte, a arte da palavra.

1.1 O *New Criticism*

A Nova Crítica Americana surgiu na década de 1930, no Sul dos Estados Unidos, mas só se tornou conhecida entre as décadas de 1940 e 1950. John Crowe Ransom procurava compreender quais seriam as técnicas utilizadas para escrever poesia e como seria possível avaliá-las. Propôs, assim, uma “crítica profissional” da literatura. “O descrédito lançado contra a opinião subjetiva e a importância atribuída aos ‘dados’ deviam conduzir o *New Criticism* a postular com firmeza uma exigência de objetividade no tratamento da obra literária.”⁵

O *New Criticism* defenderia a análise microscópica do texto (*close reading*), uma forma de avaliar profundamente os recursos escolhidos pelo autor para combinar as palavras em seu texto, ou seja, quais técnicas poéticas usadas pelo escritor para a arte literária. Um dos primeiros passos para encontrar as técnicas específicas utilizadas na literatura foi comparar linguagem científica com a poética, determinando as principais diferenças entre as duas e quais seriam as especificidades literárias. Esses estudos destacaram alguns recursos comumente utilizados na literatura, como a ironia, a ambiguidade e o paradoxo; e definiram a metáfora como “alma da poesia”, de forma que, quanto mais elaborada ela fosse, mais “nobre” seria o texto literário. Ao fim dessas pesquisas, produziram um manual de crítica literária que foi distribuído em escolas e universidades norte-americanas.

Outro importante estudo dessa corrente foi a identificação de quatro *falácias*, ou ilusões, habitualmente relacionadas à literatura. Luis Costa Lima as enumera:

⁵ LIMA, Luis Costa O *New Criticism* In: _____. *Teoria da Literatura e suas fontes*. Volume II. Rio de Janeiro: Francisco Alvez, 1983. p. 06

Falácia Intencional – A ilusão da poesia, ao ser escrita, precisar carregar a finalidade de transmitir o estado de espírito do autor ao escrever o texto. Isso confundiria a análise crítica do poema com as supostas intenções do autor, trazendo um tom de relativismo e biografismo às análises. A análise feita dessa forma atentaria somente para o escritor e não especificamente para o texto produzido por ele.

Falácia Afetiva – É quando a crítica analisa o poema pelos impactos que ele causaria no leitor. Seria, portanto, uma confusão da crítica do poema propriamente dito com as impressões provocadas no leitor, descolada, portanto, do estudo intrínseco da obra.

Falácia do Mimetismo – Acontece quando um poema é encarado como transcrição de um fenômeno. Por exemplo, quando se diz que o poeta tenta imitar seus sentimentos, expressando-os por palavras. Na verdade, um poema não buscaria imitar nada, ele existe por si só.

Falácia da Comunicação – É a falácia que defende que a poesia, mesmo que de forma oculta, transmitiria uma mensagem. Para os novos críticos, muitas vezes, não existiria necessariamente uma mensagem e o autor não precisaria buscar estabelecer comunicação com o leitor para que o poema seja considerado literatura, uma arte. Textos literários podem carregar mensagens específicas, entretanto o fato de possuir mensagem não definiria o fenômeno literário propriamente dito. “A língua poética não é comunicativa, pelo menos não diretamente. Suas proposições têm significações polivalentes e não demonstram, de maneira alguma, objeto singular ou uma doutrina que fossem exteriores ao poema”⁶.

⁶ LIMA, Luis Costa O New Criticism In: _____. *Teoria da Literatura e suas fontes*. Volume II. Rio de Janeiro: Francisco Alvez, 1983. p. 12-13.

1.2 O Formalismo Russo

Entre 1914 e 1915, Buslaev, Vinokur, Jakobson e outros estudiosos russos criaram o “Círculo Lingüístico de Moscou” para desenvolver estudos de linguística e poética. Boris Schnaiderman⁷ atenta para o fato de o grupo colocar a poética e a linguística lado a lado como uma preocupação específica, que geraria, mais tarde, os estudos de Jakobson sobre as funções da literatura e, entre elas, a *função poética*, que seria considerada de extrema importância para o estudo de linguística.

Dois anos depois, em 1917, foi fundada a OPOJAZ (sigla em russo para Associação para o Estudo da Linguagem Poética), por Shlovskij e Eikhenbaum, que dialogaria diretamente com o Círculo de Moscou. Mais tarde, os dois grupos passariam a ser reconhecidos como os formalistas russos, ou formalistas eslavos. Além de estudantes da Universidade de Moscou, ambos os grupos contavam com importantes poetas dos movimentos de vanguarda russos, como, por exemplo, Maiakovski, o que propulsionou uma crítica ainda maior a hegemonia do simbolismo da época.

Os formalistas se posicionavam contrários à crítica impressionista, segundo eles muito subjetivista e tendenciosa, e também à crítica acadêmica, considerada puramente histórica, cultural ou psicológica; ambas, sem atentarem para as características intrínsecas da obra, tomando somente como referência os fatos extrínsecos. Ou seja, os formalistas defendiam que seria

⁷ SCHNAIDERMAN, Boris. Prefácio. In TOLEDO, Dionísio de Oliveira (org.). *Teoria da Literatura: formalistas russos*. Porto Alegre: Globo, 1976. p. IX.

preciso encarar a arte literária como um objeto de estudo por si só, sem necessariamente analisar os aspectos secundários da obra.⁸

O movimento queria transformar os estudos literários em uma ciência e, para isso, deveria definir um objeto de estudo e uma metodologia específicos. “A ciência da literatura deve estudar a *literariedade*, isto é, o que confere a uma obra a sua qualidade literária, aquilo que constitui o conjunto de traços distintivos do objeto literário”⁹.

Eikhenbaum, em um artigo escrito em 1925, apresenta a posição formalista contra as críticas literárias feitas na época “O que importava em nossa luta era opor os princípios estéticos subjetivos que inspiravam os simbolistas em suas obras teóricas, à exigência de uma atividade científica e objetiva em relação aos fatos.”¹⁰. E complementa:

O que nos caracteriza não é o formalismo enquanto teoria estética, nem uma metodologia representando um sistema científico definido, mas o desejo de criar uma ciência literária autônoma a partir das qualidades intrínsecas do material literário.¹¹

De forma contundente, o movimento foi extinto em 1930 pelo governo russo, que condenava a postura dos formalistas por não seguirem as ideias marxista-lenistas¹². O legado deste movimento foi recuperado e herdado pelos estruturalistas a partir da década de 1960, e também pelos estudos da Academia de Ciências da URSS. Desde então, vem sendo estudado por

⁸ SILVA, 1968.

⁹ SILVA, V. M. A. *Teoria da Literatura*. Coimbra: Almedina, 1968. p. 517

¹⁰ EIKHENBAUM, B. A teoria do “método formal”. In: TOLEDO, Dionísio (Org.). *Teoria da Literatura: formalistas russos*. Porto Alegre: Globo, 1973. p. 7-8

¹¹ *Ibidem*. p. 5

¹² SILVA, 1968.

teóricos tanto do Ocidente, quanto do Oriente, integrado ao acervo de trabalhos da crítica literária mundial¹³.

Os formalistas acreditavam que para definir a literatura era preciso determinar quais eram os caracteres do fato literário e distinguir a linguagem poética da linguagem cotidiana¹⁴. Segundo Eikhenbaum, o primeiro formalista a confrontar os dois tipos de linguagem foi Jacobinski:

Os fenômenos linguísticos devem ser classificados do ponto de vista do objetivo visado em cada caso particular pelo sujeito falante. Se os utiliza com objetivo puramente prático da comunicação, ele faz uso do sistema da língua cotidiana (do pensamento verbal), na qual as formas linguísticas (os sons, os elementos morfológicos, etc) não têm valor autônomo e não são mais que um meio de comunicação. Mas podemos imaginar (e eles existem realmente) outros sistemas linguísticos, nos quais o objeto prático recua a um segundo plano (ainda que não desapareça inteiramente) e as formas linguísticas obtenham um valor autônomo. ¹⁵

Chklovski¹⁶ também teve trabalhos na mesma linha que Jacobinski e criou o conceito de *economia de energia*, que acontece quando um pequeno número de palavras aloja uma grande cadeia de pensamentos. A *economia de energia* é muito utilizada na linguagem prosaica. Entretanto, segundo o autor, deve ser evitada na linguagem poética. Ele também procurou diferenças ente o discurso poético, a língua da poesia e a prosa. Para ele, a língua da poesia seria hermética, obscura e com muitos obstáculos, assim como uma língua estrangeira. O discurso poético seria “elaborado” e “requintado”, enquanto a prosa seria “simples” e “econômica”. Apesar dos três conceitos utilizarem-se das mesmas palavras de um só idioma, a conotação dada às palavras em

¹³ SCHNAIDERMAN, 1970.

¹⁴ SILVA, 1968.

¹⁵ EIKHENBAUM, B. A teoria do “método formal”. In: TOLEDO, Dionísio (Org.). *Teoria da Literatura: formalistas russos*. Porto Alegre: Globo, 1973. p. 9

¹⁶ CHKLOVSKI, V. A arte como procedimento. In: TOLEDO, Dionísio (Org.). *Teoria da Literatura: formalistas russos*. Porto Alegre: Globo, 1973. p. 39-56

diferentes circunstâncias modifica o resultado do texto. Eikhenbaum complementa:

Estando presente no verso, a palavra é como se extraída do discurso vulgar, rodeada de uma nova atmosférica semântica e não é percebida em relação com a língua em geral, mas precisamente com a língua poética. Ao mesmo tempo, indicava que a particularidade principal da semiótica poética reside na formação de significações marginais que violam as costumeiras associações verbais. ¹⁷

Jakobson se dedicou à busca pela essência da literatura e assim criou o conceito de *literariedade*, um atributo que existiria em prevalência na linguagem poética, mas que não seria exclusivo da poesia, uma vez que a literariedade poderia existir em maior ou menor grau em diversos tipos de texto¹⁸. Para os formalistas, o texto com maior grau de literariedade seria a poesia, mas isso não exclui as novelas, os romances e outros gêneros como detentores desse atributo. Vitor Manuel de Aguiar e Silva ressalta outras características da poesia:

O traço distintivo da poesia reside no fato de que, nela, uma palavra é percebida como uma palavra e não meramente como um mandatário dos objetos denotados, nem como a explosão de uma emoção; reside no fato de que, nela, as palavras e seu arranjo, o seu significado, a sua forma externa e interna, adquirem peso e valor por si próprios. ¹⁹

Eikhenbaum resumiria essa discussão, definindo a linguagem cotidiana como detentora de um objetivo claro: o de comunicar. Já a linguagem poética seria, na verdade, o ato de escolher palavras que relacionam-se entre si para criação de um todo harmonioso, estético.

¹⁷ EIKHENBAUM, B. A teoria do "método formal". In: TOLEDO, Dionísio (Org.). *Teoria da Literatura: formalistas russos*. Porto Alegre: Globo, 1973. p. 28

¹⁸ SILVA, 1968.

¹⁹ _____. *Teoria da Literatura*. Coimbra: Almedina, 1968. p. 520

1.3 Procedimentos Analíticos de Obras Literárias

Como defendiam as correntes do *New Criticism* e do Formalismo Russo, antes de analisar minuciosamente um texto literário é preciso definir o que o distingue de um texto não-literário. Para Domício Proença Filho o discurso literário representa uma realidade por meio de um objeto estético, no caso a língua e apresenta características próprias, mas não necessariamente exclusivas. É típico do discurso literário a *complexidade*, atributo que possibilitaria a universalidade do texto, em que diferentes leitores ao redor do mundo, com diferentes culturas, poderiam aflorar em si sentimentos semelhantes, desencadeados pela leitura do texto. O texto literário também pode adquirir variados significados quando lido em diferentes momentos ou por pessoas distintas, permitindo inúmeras leituras e compreensões da mesma obra. Esta característica é a da *multisignificação* e é importante ressaltar que não é exclusiva da literatura, podendo existir inclusive na linguagem cotidiana. No discurso literário há o *predomínio da conotação*, tornando um arranjo especial de palavras "simples" um discurso polissêmico. A literatura possibilita uma grande liberdade para que o autor procure novas formas de combinar as palavras e dar ritmo as suas frases, permitindo-o o uso de outro predicado literário que é a ênfase no *significante*.

Eventualmente se estabelece como critério de diferenciação da literatura para outros textos seu caráter ficcional. A grande dificuldade desta distinção é conseguir discernir o real do fictício em certas ocasiões²⁰. Além disso, há textos ficcionais que não podem ser considerados literatura, como por

²⁰ FIORIN, 1991.

exemplo, os publicitários; sendo este critério frágil para ser considerado único na distinção do que seria a arte literária. Existem, portanto, outras diferenças mais evidentes do texto literário para os não-literários. A principal delas, segundo Fiorin, é que a *função* do texto literário é puramente *estética*, enquanto o não-literário tem função *utilitária*. Wellek e Warren afirmam que “a poesia tem muitas funções possíveis. A sua função primordial e principal é a da fidelidade à sua própria natureza” ²¹.

Para José Luiz Fiorin²², o texto literário é caracterizado por um plano de expressão em que é possível veicular conteúdos e também recriá-los. Em outros termos: o modo de dizer é muito mais importante do que propriamente o que se diz. Por essa razão, a intangibilidade da obra literária é de extrema importância: não se pode resumir uma obra de literatura sem que se destitua seu caráter literário, uma vez que é preciso entrar em contato com a estética dela para usufruir da arte literária. Por isso, alguns recursos, como ritmo, sonoridade, repetição, são utilizados na literatura, tornando o ato da leitura único. Sobre o tema, Wellek e Warren afirmam:

A obra de arte aparece, pois, como um objeto de conhecimento *sui generis* que tem uma categoria ontológica especial. Não é nem real (como uma estátua), nem mental (como a experiência da luz ou da dor), nem ideal (como um triângulo). É um sistema de normas de conceitos ideais, que são intersubjetivos. ²³

É importante aqui ressaltar que a comunicação não caracterizaria o fenômeno literário. A comunicação linguística se faz de forma próxima, instantânea e é bidirecional, sendo que o emissor e o receptor são claros

²¹ WELLEK, R. e WARREN, A. *Teoria da Literatura*. São Paulo: Martins Fontes, 2003.p. 42

²² FIORIN, José Luiz. *Para entender o texto literário – Leitura e Redação*. Capítulo 38. São Paulo: Ática, 1991.

²³ WELLEK, R. e WARREN, A. *Teoria da Literatura*. São Paulo: Martins Fontes, 2003. p. 189

dentro de um contexto. Na literatura, por outro lado, as figuras do emissor e do receptor são difusas, uma vez que o autor não planeja, necessariamente, escrever para um receptor específico; o contato entre um e outro não é direto, tampouco é necessário um *contexto* situacional para que se realize a fruição literária. A comunicação literária é unidirecional, apenas do emissor para qualquer receptor. Além do mais, o texto literário não é comprometido com o real palpável e abre espaço para o não-factual²⁴.

Usualmente, é atrelado exclusivamente à literatura seu o caráter narrativo. Segundo a definição de Carlos Reis e Ana Cristina Lopes, “a *narratividade* tem que ver com a capacidade possuída pelo texto (narrativo) para facultar ao receptor o acesso a ações de dimensão humana, de matriz temporal e englobadas em universos internamente coerentes.”²⁵. E, segundo os mesmo autores, a *narratividade* não é um atributo da literatura em particular, podendo ser encontrado em diversos outros textos:

A *narratividade* constitui uma qualidade reencontrada nos textos narrativos de todas as épocas, do mesmo modo que ela não se ativa apenas em textos literários, mas também em não literários (e até não-verbais), como se verifica em grande parte da historiografia, no *cinema* narrativo ou no discurso híbrido (icônico-verbal) da *história em quadrinhos*.²⁶

Uma obra de arte literária é uma organização extremamente complexa, com múltiplos significados, que podem se alterar não somente de autor pra autor, mas dependendo também do leitor do texto e do momento em que a obra é lida. Proença Filho sintetiza essa teoria afirmando que “a linguagem

²⁴ SILVA, 1968.

²⁵ REIS, Carlos & LOPES, Ana Cristina M. Dicionário de teoria da narrativa. São Paulo: Ática, 1988. p. 79

²⁶ *Ibidem*. p. 71

literária produz. A não literária reproduz. (...) O texto literário é, ao mesmo tempo, um objeto linguístico e um objeto estético." ²⁷.

Por ser uma obra de arte, a literatura busca ser inovadora e única. Cada autor precisa encontrar seus traços estilísticos próprios²⁸. Assim, a literatura pode ser considerada como a maneira singular com que cada autor faz uso de sua imaginação, criando uma nova atmosfera, sem ter necessariamente pacto exclusivo com o real ou com a ficcionalidade. O texto pode ter inspiração na realidade, mas quando se torna literatura ultrapassa as barreiras da ficção ou da não-ficção. Wellek e Warren afirmam:

Uma personagem de um romance é diferente de uma figura histórica ou de uma figura da vida real. É formada meramente pelas frases que a descrevem ou pelas que foram postas na sua boca pelo autor. Não possui nem passado, nem futuro, nem, às vezes, continuidade de vida. ²⁹

²⁷ PROENÇA FILHO, D. *A linguagem literária*. São Paulo: Ática, 2007. p. 42

²⁸ WELLEK e WARREN, 2003.

²⁹ _____ A. *Teoria da Literatura*. São Paulo: Martins Fontes, 2003. p. 25

CAPÍTULO 2 – Por que as notícias são como são?

Uma vez feito o panorama da teoria literária, partiremos para a teoria do jornalismo. Assim poderemos buscar as afinidades e os contrapontos das duas teorias para verificar se há possibilidade do jornalismo e da literatura conviverem em um único texto e de que forma isso poderia acontecer.

Com o avanço do capitalismo no início do século XIX, houve um significativo progresso da econômica mundial, o que propiciou um desenvolvimento tecnológico de todos os meios, permitindo a geração de capital e lucro para as grandes empresas e novos meios de trabalho para a população. Por consequência, as grandes cidades passaram por um largo processo de urbanização, com abastecimento de água, modernização das estradas, primeiros fornecimentos de iluminação e construção de grande número de escolas, culminando na grande diminuição do analfabetismo. A imprensa acabaria sendo também contagiada pela onda capitalista, especialmente porque a impressão dos periódicos passou a ser muito mais fácil, a rapidez de transmissão de informações tornou-se muito maior, criando-se casas jornalísticas como empresas, em busca de lucros cada vez maiores.

É a época de expansão da imprensa, em que um novo paradigma jornalístico é criado e batizado de *penny press*. Os jornais aumentam suas tiragens, ao mesmo tempo em que baixam o preço dos periódicos, com o objetivo de conquistar um público mais generalizado e politicamente menos homogêneo, além de gerar maior lucro. A mola propulsora dessa mudança foi criação das agências de notícias no país, entre 1830 e 1860. Os jornais começaram a trazer em suas páginas muito mais informação do que propaganda e, com isso, a vendagem tornou-se muito maior. Criaram-se

novos valores jornalísticos, os quais passaram a vincular a imprensa à obrigação de ser um serviço ao público, com o dever de apuração da “verdade” e notícias escritas de forma direta e objetiva, baseadas em fatos e não em opiniões³⁰. Com menos propagandas, os meios de comunicação conquistaram maior liberdade, dando um novo caráter ao jornalismo diário, como mostra Nelson Traquina:

A relação entre democracia e jornalismo é fundamentalmente uma relação simbiótica em que a liberdade se encontra como uma estrela brilhante de toda uma constelação teórica que fornece ao novo jornalismo emergente uma legitimidade para a atividade/negócio em expansão e uma identidade para os seus profissionais.³¹

O jornalismo ganha então a missão de cumprir dois papéis essenciais na sociedade: o de vigiar o poder público, protegendo os cidadãos de possíveis fraudes e corrupções; e o de servir à população com informações para que ela possa cumprir seus deveres cívicos com o país.

2.1 A empresa jornalística e a figura do repórter

Com a transformação dos jornais em empresas de comunicação que visavam principalmente o lucro, e com os avanços tecnológicos possibilitando maior rapidez a transmissão das notícias, o imediatismo tornou-se o maior valor no mercado jornalístico. O jornal mais respeitado seria aquele que trouxesse mais rapidamente e de forma inédita as novidades da ruas, o que mais tarde ficou conhecido como “furo jornalístico”. As notícias passaram ser consideradas um bem precioso, que, quanto mais rapidamente fossem

³⁰ TRAQUINA, vol. 1, 2005.

³¹ _____. *Teorias do Jornalismo: Porque as Notícias São como São*. Volume I. Florianópolis: Insular, 2005. p. 42

repassadas, mais valorizadas seriam. Surge, então, a necessidade de se economizar tempo nas redações e espaço nos jornais, para que coubessem cada vez mais matérias. Fez-se também necessária a criação de manuais de normas e estilo jornalístico, padronizando a escrita de todos os repórteres, para que eles pudessem se adequar a escrever a maior quantidade de informação no menor espaço possível, gastando o menor tempo necessário.

José Marques de Melo defende que seria o início da ditadura da *objetividade*:

A proposta da objetividade converteu-se em uma camisa-de-força para o desenvolvimento profissional dos jornalistas. Na medida em que sua feição determinante passava a ser a economia de palavras, imagens e sons, o trabalho do jornalista burocratizava-se rapidamente.³²

Marques de Melo relembra que até meados do século XX grande parte das notícias era transmitida por telégrafos. Portanto, quanto mais “objetiva” a notícia, mais barata seria para a empresa jornalística. Foi assim que surgiu dentro das redações a noção de que tamanho seria, na verdade, custo. É nesse período que há uma inversão de valores nos jornais: a empresa jornalística torna-se mais importante do que a própria informação. O capital comanda as páginas dos jornais. Por isso, é preciso investigar, escrever e publicar apenas aquilo que dá lucro e atende aos interesses da empresa jornalística.

Como consequência de todas essas transformações, ainda no fim do século XIX, surge uma figura que estava sempre às ruas, observando a vida cotidiana e tomando nota de tudo aquilo que fosse diferente, buscando “transcrever a realidade” da rua para as páginas dos jornais. Os repórteres

³² MELO, José Marques de. *Teoria do Jornalismo: Identidades Brasileiras*. São Paulo: Paulus, 2006. p. 44

sempre foram pouco prestigiados, com ofício visto como uma “sub-profissão”, muito mal paga. As redações deste período até meados do século XX eram comumente compostas por repórteres com todo tipo de diploma universitário, mas que nunca haviam exercido suas profissões de formação. Na França, por exemplo, ser jornalista seria o início do caminho para se tornar um político reconhecido. Em diversos outros países, inclusive no Brasil, o jornalismo era frequentemente visto como primeiro passo para tantas outras profissões. A de escritor era uma delas³³.

A profissionalização do jornalismo deu-se apenas no fim do século XIX, com a criação de clubes e sindicatos nos EUA e na Inglaterra. A formação universitária iniciou-se também na América do Norte, com a criação da Universidade de Washington e Lee, que tinha como objetivo não apenas ensinar técnicas jornalísticas, mas possibilitar ao jornalista o contato com outras áreas das humanidades.

2.2 O Jornalês

Nelson Traquina batizou a linguagem utilizada dentro das redações, que mais tarde ficaria conhecida como própria da profissão, de *jornalês*. Ela buscava ser concisa e compreensível para o maior número de pessoas com diferentes visões de mundo e diversos graus de escolaridade, composta por frases e parágrafos curtos, palavras simples, sintaxe direta e econômica, e com o uso de recorrente de metáforas simples, que facilitem a explicação do assunto e a compreensão do texto. Assemelha-se muito à linguagem cotidiana, oral, em que a informação é transmitida para que haja comunicação

³³ TRAQUINA, vol. 1, 2005

rápida e efetiva. A diferença está em o *jornalês* ter uma estrutura muito rígida, o que força o jornalista a seguir o formato rígido da pirâmide invertida, com utilização do *lead*, pasteurizando sua escrita com a de outros colegas de profissão; além de diminuir o tempo de escrita e, posteriormente, de leitura da matéria.

O contexto jornalístico do início do século XX impunha um extraordinário afã de publicar o maior número de informações no menor espaço possível. Para isso, foi necessário encontrar formas de ganhar tempo não somente no momento da escrita do jornalista, mas também diminuir o tempo de apuração das matérias pelo repórter. Foram então criadas as *pautas*, que orientavam o repórter com antecedência à saída para apuração dos fatos, e o *copidesque*, profissional que revisava os textos dos jornalistas para padronizá-los com linguagem fácil e compatível com cada meio³⁴. Para Marques de Melo, o culto à objetividade, que se dá desde esse período até os dias atuais, acaba por tolher o jornalista no uso da criatividade e, ao mesmo tempo, obriga o repórter a seguir a ideologia das pautas, conforme o interesse dos donos da empresa jornalística. Em razão do pouco tempo, o jornalista segue o padrão pré-estabelecido de texto para redigir as matérias, como se elas tivessem um esqueleto já montado, tendo o jornalista o papel de preenchê-lo com as características da nota³⁵.

Nelson Traquina destaca o “tempo” como fator de grande importância para o jornalismo:

Se o campo jornalístico fosse um país, por exemplo chamado de ‘Novaslândia’, a paisagem desse país estaria marcada, em todo e qualquer lugar, pela presença de relógios. O fator tempo

³⁴ MELO, 2006.

³⁵ TRAQUINA, vol. 2, 2005

define o jornalismo. (...) Mais, o fator tempo condiciona todo o processo de produção das notícias, porque o jornalismo é marcado por horas de fechamento ³⁶

Uma vez que as regras das redações sejam ditadas pelo fator tempo, o jornalista é impedido de pensar nas minúcias de seu texto e precisa escrevê-lo de modo rápido, para publicar tão logo seja possível, para se ocupar de outras tantas notícias que podem estar acontecendo nas ruas. A urgência é o valor que domina a profissão³⁷. Os manuais de redação vêm suprir essa demanda de trabalho, auxiliando o jornalista e, por consequência, “pasteurizando” seus textos com o dos outros jornalistas.

Esse é o grande diferencial entre o jornalista e o escritor literário. Como dissemos no capítulo anterior, o artista literário busca uma forma de se expressar que seja única, com traços próprios, escrita autoral. No jornalismo há o inverso. Justamente pela escassez de tempo e pela necessidade de que a matéria seja simples e de fácil compreensão, as marcas pessoais de cada repórter acabam sendo dissolvidas, para que seu texto se encaixe perfeitamente no meio em que trabalha. No jornalismo mais importante é contar o fato, e não a forma com que ele é contado. O princípio oposto da literatura. Todos esses motivos muitas vezes são considerados empecilhos para que os jornalistas desenvolvam um estilo próprio em suas matérias. Sérgio Vilas Boas, entretanto, acredita que ele pode existir, mas se dá, geralmente, de acordo com o meio em que os textos são publicados e seria “um estilo que possa combinar a objetividade com a narrativa literária”³⁸.

³⁶ TRAQUINA, N. Teorias do Jornalismo: A Tribo Jornalística – uma Comunidade Transnacional. Volume II. Florianópolis: Insular, 2005. p. 37

³⁷ _____, vol 2., 2005

³⁸ BOAS, Sérgio Vilas. *O Estilo Magazine – o Texto em Revista*. São Paulo: Summus, 1996. p. 33.

CAPÍTULO 3 – Possíveis Encontros do Jornalismo com a Literatura

O século XIX foi, no Brasil, uma época marcada por diversas transformações sociais e os periódicos e pasquins serviam como forma de protesto dos liberais contra o governo. Até este período, a imprensa brasileira era caracterizada sobretudo pela doutrinação política. Com a Consolidação do Segundo Império, por volta de 1840, e sofrendo influência do jornalismo francês, a imprensa puramente política vai perdendo sua força e passa a ser combinada com uma imprensa literária, que até então era rara no país e, quando produzida, estava concentrada em revistas especializadas, de pequena circulação e vida efêmera.

É neste período que, no Rio de Janeiro, Francisco Otaviano funda o jornal *Correio Mercantil*, com uma proposta gráfica inusitada para a época, trazendo mais fotos e espaços em branco, além de uma linha editorial com posição política e partidária clara. O jornal torna-se muito conhecido por tais inovações e ganha importância histórica quando Otaviano, em 1852, convida diversos intelectuais a escrever para o periódico em uma espécie de coluna semanal localizada nos rodapés das páginas, espaço chamado *folhetim*. Os intelectuais escreviam sobre acontecimentos da semana e aproveitavam para fazer comentários ligeiros sobre mudanças sociais próprias da época³⁹. Aos poucos, outros jornais adotaram essas sessões de variedades, que passaram a ser publicadas diariamente e aumentaram a circulação dos periódicos. O sucesso foi imediato e os nomes daqueles intelectuais começaram a ser muito

³⁹ BULHÕES, 2007.

conhecidos na capital do país, como os de José de Alencar, Gonçalves Dias, Joaquim Manuel de Macedo, Saldanha Marinho, entre outros.

Grande parte desses intelectuais tornou-se escritores literários anos depois, alguns desenvolvendo sua obra de literatura paralelamente ao trabalho para os jornais. Os periódicos serviriam para muitos como uma espécie de preparação da escrita dos homens das letras, que, segundo Nelson W. Sodré, “buscavam encontrar no jornal o que não encontravam no livro: notoriedade, em primeiro lugar; um pouco de dinheiro, se possível”⁴⁰. Cristiane Costa ressalta que é a possibilidade de divulgação das obras ficcionais e poéticas o que atrai os escritores para o jornalismo, como se fosse um caminho inevitável para um autor da segunda metade de século XIX⁴¹. A autora complementa:

Mas o preço seria alto: a maleabilidade exigida do jornalista, a pressa com que é obrigado a trabalhar, a ‘banalidade’ e ‘leveza’ a que seria forçado são vistas pelo poeta como “uma lenta asfixia da originalidade, o assassinato frio e pausado do poder criador peculiar a cada individualidade”⁴²

Assim, sobretudo na transição do século XIX para o século XX, diversos autores passam a adaptar seus textos literários aos moldes jornalísticos, como Machado de Assis e Olavo Bilac, usando o espaço dos rodapés dos jornais para publicar suas *crônicas*. O gênero se consolidaria no Brasil somente na década de 1930, como um possível híbrido entre literatura e jornalismo, com importantes escritores como Mário de Andrade, Oswald de Andrade e Manuel Bandeira, entre tantos outros.

⁴⁰ SODRÉ, Nelson Werneck. *História da Imprensa no Brasil*. Rio de Janeiro: Mauad, 1999. p. 220

⁴¹ COSTA, 2005

⁴² _____. *Pena de Aluguel: Escritores e Jornalistas no Brasil 1904-2004*. São Paulo: Companhia das Letras, 2005. p. 21

3.1 A crônica como gênero híbrido

A palavra *crônica* vem do grego *chronos*, que significa unidade temporal. No Brasil, a crônica seria um gênero híbrido entre o jornalismo e a literatura, por conter traços poéticos, mas tratar de assuntos atuais e de pequenos relatos do dia a dia. Como dissemos anteriormente, o gênero consolida-se no país na década de 1930, quando os homens das letras entram para a dinâmica produtiva dos jornais e passam a publicar seus textos diariamente⁴³. Marcelo Bulhões explica como era o processo produtivo da crônica:

De certo modo a crônica se alimenta dessa convivência no ambiente jornalístico. Ao mesmo tempo, ela é o espaço despojado do jornal, livre do compromisso da verdade objetiva, espreitando os fatos que se desprendem das colunas noticiosas, colhendo-os para que possam ser comentados, ridicularizados ou absorvidos no interior de digressões, lembranças e associações inesperadas. Por esta razão, a crônica é as vezes vista como um gênero 'desocupado'.⁴⁴

Ao mesmo tempo em que o cronista está ligado à rotina diária dos jornais, ele possui certa autonomia, ao contrário de grande parte dos outros jornalistas da redação. Ele pode desfrutar da liberdade de expressão literária, além da escolha dos temas que irá abordar. Segundo Bulhões, a linguagem da crônica costuma ser despojada, despretensiosa, algumas vezes com toques de humor e irreverência. Existe, ainda, um alto teor imaginativo. Apesar de estar ligada a algum elemento da realidade factual e ao *chronos*, muitas vezes, estes servem à crônica apenas como ponto de partida, ou impulso, para um exercício criativo.

⁴³ BULHÕES, 2007.

⁴⁴ _____. Jornalismo e Literatura em convergência. São Paulo: Ática, 2007. p. 50

Espremida entre o rigor informativo e a liberdade verbal, a crônica condensa a tensão narrativa exemplar, cuja fidelidade ao histórico está constantemente ameaçada pela liberdade criativa. Diante do cronista, o fato se desfolha, se desventura e, eventualmente, se torna tão ambíguo quanto à própria linguagem que o moldou. Se a literatura não precisa, em princípio, de nenhum compromisso com a realidade histórica, o mesmo já não pode ocorrer coma crônica, cujo motor de arranque é o cotidiano.⁴⁵

Por essa razão, os escritores da crônica não precisavam sair do espaço físico das redações para colher o conteúdo de seus textos. A propósito, o primeiro escritor a sair do jornal para encontrar nas ruas material e fontes para escrever seus textos foi Paulo Barreto, muito conhecido por seu pseudônimo João do Rio. Brito Broca explica a importância dessa atitude para o jornalismo brasileiro:

Cronista por excelência do 1900 brasileiro seria Paulo Barreto (João do Rio). E uma das principais inovações que ele trouxe para a nossa imprensa literária foi a de transformar a crônica em reportagem – passagem por vezes lírica e com vislumbres poéticos. Machado de Assis, Bilac e outros eram cronistas sem o temperamento de repórteres; o primeiro, principalmente, [...] jamais lhe passaria pela cabeça ir à cadeia ver de perto o criminoso e conversar com ele. Foi essa experiência nova que João do Rio trouxe para a crônica, a de repórter.⁴⁶

3.2 Reportagem - primeiros registros do nosso jornalismo literário

João do Rio teria sido no Brasil, portanto, o primeiro a transformar a crônica em grande reportagem. Caminhando pelo centro da cidade, registrava os hábitos e costumes dos moradores do Rio de Janeiro entre 1900 a 1920, período de intensa transformação urbana. Era um jornalista andarilho, que pelas ruas da capital buscava pequenas histórias da vida cotidiana, dos velhos

⁴⁵ DIMAS, Antonio. *A Ambiguidade da Crônica: literatura ou jornalismo?* Littera, nº 12, set/dez. 1974. p. 48-49.

⁴⁶ BROCA, Brito. *A vida literária no Brasil – 1900*. Rio de Janeiro: José Olympio, 1975. p. 236.

costumes da cidade e dos tipos sociais que se tornariam seus personagens ou tipos⁴⁷. João do Rio era considerado um repórter-*flâneur*, isto é, um andarilho que vagava ociosamente pelas ruas do Rio de Janeiro, em busca de registros das circunstâncias, de tipos sociais e do ritmo veloz da cidade.

Em João do Rio, *flâneur* e repórter não são estranhos um ao outro. Há nele muito de postura aristocrata do dândi despreocupado que vagueia pelas ruas, aberto as contingências do acaso. Mas, ao meso tempo, ele é o jornalista, alguém investido de uma atitude profissional, que realiza entrevistas e apura os acontecimentos, notifica a realidade.⁴⁸

Depois de João do Rio, outros cronistas saíram às ruas para colher material para seus textos. É o caso de Benjamim Costallat, que também descreveria as mudanças sociais do Rio de Janeiro e de repórteres como Théó Filho, Silvio Foreal, entre outros. De alguma forma, todos esses escritores do período escreviam sobre a realidade factual da rua, mas com a expressividade da linguagem literária.

É possível dizer, portanto, que essa época é marcada pelos primeiros traços de um jornalismo literário no Brasil. Aos poucos muitos dos traços puramente literários foram se afastando dos jornais, e os textos se escasseando do jornalismo diário, sobretudo porque, a partir da década de 1950, os manuais de redação norte-americanos foram importados para cá, com o objetivo de trazer maior velocidade aos veículos impressos e aumentar as tiragens, como havia acontecido lá fora. O que restou dos textos híbridos do jornalismo e da literatura ficou, em sua grande maioria, limitado a revistas específicas sobre o tema, como a *Diretrizes*, *O Cruzeiro* e outros suplementos

⁴⁷ BULHÕES, 2007.

⁴⁸ _____. *Jornalismo e Literatura em convergência*. São Paulo: Ática, 2007. p. 106.

literários da época. Uma espécie de exceção seria o espaço cativo da crônica nas páginas do jornal.

3.3 Joel Silveira, repórter e perfilador

Destacou-se, nas décadas de 1940 e 1950, o jornalista Joel Silveira, principalmente por sua atuação no chamado jornalismo de guerra, mas também por sua habilidade ímpar de escrever perfis, nem sempre lisonjeiros, o que lhe rendeu o apelido de “víbora”, dado por Assis Chateaubriand. Joel tinha um reconhecido talento jornalístico para captar traços de personalidades de seus entrevistados, traduzidos em um texto leve e agradável, repleto de atributos literários, revelando o jornalista como um dos maiores escritores do gênero perfil no Brasil.

Joel Silveira escreveu de quase tudo: contos, crônicas, poemas, romances e grandes reportagens. Ganhou reconhecimento, sobretudo porque, independente do gênero textual que escrevesse, marcava-o com seu estilo único, “inconfundível”, na tendência contrária à predominante da época, ditada pelos manuais de redação importados dos Estados Unidos⁴⁹. Com traços textuais tão próprios, Joel se aproximou – e se apropriou - da linguagem literária em suas reportagens e em seus perfis.

O escritor-jornalista tratava de seus entrevistados não somente como meras fontes de informação, mas como personagens de histórias narradas com primor. É o caso do perfil de Gilberto Freyre, no qual flagra o pesquisador trabalhando, envolvido em na atmosfera quase misteriosa de *Apipucos*, sua casa em Recife:

⁴⁹ BULHÕES, 2007.

A perna esquerda estendida sobre um dos braços da velha poltrona de couro, o bloco de papel apoiado na coxa e munido de uma caneta esferográfica barata, dessas que a gente compra em qualquer camelô da esquina – é assim que GF escreve, sem precisar de óculos apesar de seus mais de oitenta anos, numa letra regular, firme e facilmente legível no seu talhe bem desenhado. À sua volta, a total desarrumação dos livros, quadros recém-pintados (sua pintura pode ser qualificada de um figurativismo *naiif*), pincéis, jornais e revistas, nacionais e estrangeiros, velhos e recentes; e mais mil objetos os mais diversos, dezenas e dezenas de *souvenirs* trazidos de viagens pelo mundo, tudo dando a impressão de um caos irremediável, absoluto, ao qual o dono da casa de há muito tivesse desistido de impor qualquer ordem ou disciplina. Mas o que ao estranho pode parecer desordem e confusão é para GF a “sua ordem”. Na barafunda geral, com a segurança e a confiança de um maestro que conhece a fundo sua orquestra, ele sabe perfeitamente onde encontrar o documento de que necessita e na hora que necessita; e nas estantes abarrotadas, localizar sem trabalho o livro que quer consultar.⁵⁰

Silveira, a partir da exposição de seus perfilados, também descreveria a atmosfera histórica do período, com sua linguagem marcante. É o exemplo do perfil de Cândido Portinari, em que o autor retrata a paisagem da cidade natal de seu perfilado por dentro de um táxi, escolhendo as palavras de uma forma que parece ser a descrição de mais uma pintura de Portinari:

Nos seus quase duzentos quilômetros de extensão, a Cândido Portinari atravessa um dos mais belos e férteis trechos do chão paulista, de paisagem diversificada e onde nascem culturas de toda espécie – feijão, milho, arroz, laranjas e pessegueiros. Mas o que predomina são os extensos canaviais e cafezais, de fileiras rigorosamente alinhadas, nalguns pontos estendendo-se pela terra plana, noutros galgando as colinas e lombadas de um redondo macio, até se perderem de vista.⁵¹

O tom literário de Joel Silveira foi comparado, anos mais tarde, com certos aspectos do *New Journalism*, vertente jornalística que surgiu na década de 1960 nos Estados Unidos, em que os repórteres buscavam escrever

⁵⁰ SILVEIRA, Joel. *A milésima segunda noite da Avenida Paulista*. São Paulo: Companhia das Letras, 2003. p. 174.

⁵¹ *Ibidem*, p. 124.

matérias de forma mais aprofundada do que a do jornalismo convencional, ditado pelos manuais de redação, e com linguagem mais próxima da literária. Um dos grandes expoentes desse período é Gay Talese, conhecido principalmente por seus perfis que faziam grande sucesso nos jornais norte-americanos. Joel Silveira seria comparado a Talese, por seu trabalho primoroso no gênero, mesclando descrições jornalísticas com linguagem literária.

3.4 O *New Journalism* e suas influências no jornalismo brasileiro

As redações norte-americanas do início da década de 1960 eram geralmente formadas por dois grupos de jornalistas: o primeiro seria o dos repórteres responsáveis por sair às ruas para conseguir informações inéditas, buscando o “furo jornalístico”; o segundo grupo seria composto por jornalistas especialistas em reportagens, classificadas por Tom Wolfe⁵² como textos jornalísticos que não se enquadrariam como “notícia” propriamente dita, mas acontecimentos cômicos ou trágicos que aconteceriam na vida das “pessoas comuns” e transcritos para as páginas dos jornais. A reportagem seria um gênero jornalístico que permitiria maior liberdade de escrita do que as notícias “objetivas” do jornalismo *penny press*, por não ter a obrigação de transmitir uma informação específica e ser desenvolvida em maior número de caracteres.

Alguns dos jornalistas desse segundo grupo formariam uma nova corrente jornalística, que buscava ser “um novo e curioso conceito, vivo o bastante para inflamar os egos, havia decidido invadir os diminutos confins da

⁵² WOLFE, Tom. *Radical Chique e o Novo Jornalismo*. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.

esfera profissional da reportagem. Esta descoberta (...) consistiria em tornar possível um jornalismo que... fosse igual a um romance.”⁵³. Essa corrente foi batizada de *New Journalism*, conhecida no Brasil também como “novo jornalismo americano”.

Tom Wolfe foi um dos maiores escritores-jornalistas da vertente e foi o responsável por pesquisar e experimentar novas formas de descrever a realidade factual nos jornais, utilizando algumas técnicas encontradas mais habitualmente em contos e romances e pouco convencionais no jornalismo, como aliterações, onomatopéias, metáforas, reticências, etc. Sérgio Vilas Boas afirma que os “novos jornalistas” passaram a inserir diálogos nos textos e tentavam ser cada vez mais descritivos. O “novo jornalista” seria um observador onipresente, uma espécie de testemunha dos acontecimentos, com poder de transpor pensamentos e emoções dos personagens em suas matérias. Werneck, no Posfácio de *Fama & Anonimato*, define esses jornalistas:

Não basta que a informação seja bem apurada: é preciso que ela – e, portanto, o leitor – seja bem tratada. Não como atitude de alguém que gostaria de estar fazendo literatura. Nada disso. Ao se valer de instrumentos da narrativa de ficção, o bom jornalista, longe de querer embonitar seu texto, empenhado numa indispensável empreitada de sedução – sem a qual corre o risco de simplesmente não ser lido. O que quer é um relato, não mero relatório.⁵⁴

Além de Wolfe, a corrente do *New Journalism* contava com Gay Talese, Thomas B. Morgan, Truman Capote, Jimmy Breslin, Tom Gallagher, Robert Benton, David Newman, entre tantos outros, que exercitavam essa nova

⁵³ WOLFE, Tom. *Radical Chique e o Novo Jornalismo*. São Paulo: Companhia das Letras, 2005. p.118

⁵⁴ WERNECK, Humberto. Posfácio – A arte de sujar os sapatos. In TALESE, Gay. *Fama & Anonimato*. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.

modalidade jornalística em colunas semanais nos periódicos e em revistas da época. É importante ressaltar que o *New Journalism* não era um movimento organizado, pois não havia um mentor, um líder, tampouco um manifesto a se seguir. Tratava-se de jornalistas influenciados pelas correntes artísticas e literárias dos anos 1960 que transpunham isso para as colunas dos jornais.

Uma das maiores críticas feitas à corrente dizia respeito à verossimilhança das reportagens, pois, com a apropriação de certos procedimentos literários, alguns textos do novo jornalismo poderiam ter ultrapassado as barreiras do "real", por dar a liberdade do uso imaginativo do jornalista, comprometendo a fidelidade à realidade palpável. Talese rebate:

Embora muitas vezes seja lido como ficção, o novo jornalismo não é ficção. Ele é, ou deveria ser, tão fidedigno quanto a mais fidedigna reportagem, embora busque uma verdade mais ampla que a obtida pela mera compilação de fatos passíveis de verificação, pelo o uso de aspas e a observância dos rígidos princípios organizacionais à moda antiga. O novo jornalismo permite, na verdade exige, uma abordagem mais imaginativa da reportagem, possibilitando ao autor inserir-se na narrativa se assim o desejar, como fazem muitos escritores, ou assumir o papel de um observador neutro, como outros preferem, inclusive eu próprio.⁵⁵

Em suas explicações sobre o *New Journalism*, Tom Wolfe parece se incomodar com o romance moderno do século XX, com fluxos de pensamentos profundos do narrador em busca de demonstrar uma interioridade psíquica. O autor defendia o romance do Realismo Social, interessado em retratar as concretudes do mundo aparente. Afinal, para ele, esse seria o paradigma de romance para o novo jornalismo americano se embeber⁵⁶. Apesar dessa crítica ao romance moderno, com o passar dos anos, Wolfe cairia em certa contradição, pois muitos dos seus textos adotaram os fluxos de consciência

⁵⁵ TALESE, Gay. *Fama e Anonimato*. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.

⁵⁶ BULHÕES, 2007

próprios da narrativa moderna, em seu livro *O Teste do Ácido do Refresco Elétrico*, de 1968.

Além das colunas diárias publicadas nos jornais norte-americanos, os autores do *New Journalism* passaram a publicar uma grande quantidade de livros-reportagens no estilo no New Journalism. Edvaldo Pereira Lima acredita que este foi um dos maiores legados do “ movimento”:

O principal legado do *new journalism* – a de que a melhor reportagem, no sentido de captação de campo e fidelidade para como real, pode combinar-se muito bem com a melhor técnica literária – encontrou-se sua mais refinada expressão no livro-reportagem. Exatamente porque este, apesar dos avanços da reportagem literária em veículos cotidianos, ainda oferece as condições ideais para a narrativa jornalística que precisa escapar à produção industrial cerceadora do jornalista criativo.⁵⁷

O gênero perfil foi bastante explorado pelos *novos jornalistas*. Talese é considerado um dos maiores perfiladores desse período e desenvolveu uma técnica de apuração que mais tarde seria adotada por muitos outros. O autor seguia a pessoa que seria perfilada, acompanhando e observando-o exaustivamente, em busca de traços reveladores de personalidade para compor seu texto⁵⁸.

Segundo Marcelo Bulhões, “o *New Journalism* agitou o epicentro do jornalismo mundial e abalou estruturas fossilizadas da textualidade jornalística”⁵⁹. As influências dessa vertente podem ser investigadas em muitos meios ao redor do mundo. No Brasil, a principal influência foi a criação da revista *Realidade* pela editora Abril em 1966.

⁵⁷ LIMA, Edvaldo Pereira. *Páginas Ampliadas: O Livro Reportagem como Extensão do Jornalismo e da Literatura*. Barueri: Manole, 2009. p. 210-211.

⁵⁸ LIMA, 2009

⁵⁹ BULHÕES, Marcelo. *Jornalismo e Literatura em Convergência*. São Paulo: Ática, 2007. p. 106.

Apesar de ter sido criada em plena ditadura militar, a revista se propunha abordar temas comumente ignorados pelos veículos de comunicação e mesmo pela sociedade. De modo geral, Faro definiria o tipo jornalismo da *Realidade* como reportagem social, que, segundo o autor, foi criado pela necessidade da existência de um meio impresso para retratar os acontecimentos do período de forma inovadora, que propusesse um debate na opinião pública.

O quadro político brasileiro no pós-guerra só fez aprofundar os rumos dessa forma de jornalismo: a exacerbação do fenômeno populista, as questões nacionalistas, as eleições, o crescimento da participação das massas urbanas na polarização que se intensificava, são elementos que deram aos órgãos de comunicação impressa um papel destacado. E nesse conjunto, a simples objetividade da informação se revela carente de recursos para que a imprensa pudesse acompanhar o *ritmo* da vida nacional. A prática do profissional de imprensa dos anos 60 trará consigo essa perspectiva. São elementos que se acredita suficiente para explicar o surgimento da revista *Realidade*.⁶⁰

O fundador da revista, Victor Civita, ao criar *Realidade* buscava profissionais para desempenhar um jornalismo que unisse aprofundadas investigações sociais com as técnicas das narrativas literário-ficcionais, inspirados nas revistas norte-americanas *New Yorker*, *Rolling Stone*, *Esquire*, que, na época, eram produzidas pelos mais importantes membros do *New Journalism*. As reportagens da *Realidade* eram longas e aprofundadas, todas assinadas. Havia também bastante espaço para fotografias, frequentemente publicadas em duas páginas, com intenção de “transportar” o leitor a outras realidades do país. Dentro da redação, o repórter teria grande autonomia para a escrita de seus textos. As pautas e o tempo de execução eram discutidos

⁶⁰ FARO, J.S. *Revista Realidade, 1966-1968: Tempo de Reportagem na Imprensa Brasileira*. Porto Alegre: AGE, 1999. p. 81

exaustivamente entre todos os jornalistas e editores, e eram comuns viagens de imersão do jornalista para produção das matérias.

A revista, livre de um intervalo produtivo estreito, graças a seu periodismo mensal, segue os mesmos caminhos que os *novos jornalistas* americanos haviam aberto desde o início da década. O tempo de captação livra-se da imposição do cronograma curto e, batendo na mesma tecla do realismo social, o repórter vai ao encontro do universo que tem que cobrir, mistura-se com ele, confunde-se até onde é possível, para captar pelo cérebro e pelas entranhas, pela emoção e pela razão, as componentes lógicas e subjetivas da vida que o trepassa e pela qual tem de atravessar com presença e envolvimento para retratá-la.⁶¹

A linha editorial da revista pregava que o homem deveria ser o enfoque de todas as reportagens. Por mais que o tema fosse um problema social, como a seca no sertão, por exemplo, era preciso procurar personagens, para “humanizar” as notícias.

No total, a revista ganhou oito prêmios Esso e um Prêmio Sudene. As tiragens chegavam a cerca de 500mil exemplares por mês e os planos de Civita eram de alcançar a um milhão. Entretanto, decretado o AI-5, a revista passou a ser censurada, provocando a demissão voluntária de diversos jornalistas, além da diminuição de vendas nas bancas. Em 1976, Realidade foi fechada e deu lugar ao novo empreendimento da editora Abril: a primeira revista semanal do país, a *Veja*.

Alguns jornais diários também tentaram seguir a tendência do “novo jornalismo americano”, tentando cruzar fronteiras em direção ao literário. O *Jornal da Tarde* foi um deles, o primeiro a quebrar com a ditadura do *lead* e da pirâmide invertida⁶². Outros criaram cadernos dedicados exclusivamente à literatura e muitos espaços reservados para as crônicas. Contudo, segundo

⁶¹ LIMA, Edvaldo Pereira. Páginas Ampliadas: O Livro Reportagem como Extensão do Jornalismo e da Literatura. Barueri: Manole, 2009. p. 228-229.

⁶² COSTA, 2005

Cristiane Costa, a partir da década de 1980, o projeto de implementação do jornalismo literário nos meios impressos acabou sendo mal sucedida. A principal razão teria sido a necessidade de normatizar o texto jornalístico: os leitores teriam, supostamente, cada vez menos tempo de ler os jornais e, por essa razão, as empresas jornalística precisavam cortar custos. Como consequência, os jornais brasileiros foram diminuindo o número de caracteres das reportagens e dando mais espaço para infográficos e fotos coloridas.

3.5 “Humanizar” para vender?

Com o final dos anos 1990 e início dos anos 2000, os jornais diários ao redor do mundo parecem enfrentar uma dificuldade mercadológica: anualmente, o número de assinantes e, por consequência, as tiragens dos jornais passaram a diminuir significativamente. Juremir Machado da Silva⁶³ diagnostica esse jornalismo dizendo que ele estaria com excesso de objetividade. As empresas jornalísticas precisariam, então, encontrar formas de inovar para tentar, talvez, reconquistar seus leitores.

Professores de jornalismo da Universidade de Harvard iniciaram pesquisas sobre novas formas de escrever o texto jornalístico, sem deixá-lo muito distante dos manuais de redação⁶⁴. Tal grupo de estudiosos buscava manter o *lead* e a estrutura da “pirâmide invertida” nas matérias, tentando adaptá-los a uma forma de escrita narrativa (*narrative writing*). Assim, no novo *lead* criado por esses estudiosos “‘quem?’ vira sinônimo de personagem; ‘o quê?’, de *plot*; ‘onde’, de cenário, ‘quando?’, de contexto; ‘por quê?’, de

⁶³ SILVA, Juremir M. O que escrever quer calar? Literatura e Jornalismo. In CASTRO, G. e GALENO, A. *Jornalismo e Literatura: a sedução da palavra*. São Paulo: Escrituras, 2002. p. 128.

⁶⁴ COSTA, 2005

leitmotiv, 'como?' de forma" ⁶⁵. Haveria, portanto, uma mudança de perspectiva ao escrever as matérias, na busca de um texto mais complexo e atrativo às vendas. Cristiane Costa defende que apesar de o *narrative writing* preservar o "primeiro mandamento do jornalismo" que é o compromisso com a verdade e com a realidade palpável, esse tipo de texto

permite a incorporação de recursos literários, como uso da primeira pessoa, transcrição de diálogos, descrições das reações físicas dos personagens, seus gestos, os cheiros que sentem, os sons que ouvem e até mesmo de seus pensamentos mais íntimos⁶⁶

Carlos Peixoto explica que, além da possível "crise" mercadológica, haveria também uma crise de valores jornalísticos. Com o advento da internet o jornalista ficaria dividido entre dois caminhos: seguir com a responsabilidade social de sua profissão ou atender às exigências do mercado globalizado. Peixoto acredita que o jornalismo impresso deveria cumprir com suas responsabilidades sociais e, para isso, precisaria transformar-se, especialmente na maneira como é escrito, aproximando-se do texto literário. "É preciso dar ao texto jornalístico a mesma atenção que à narrativa literária, deixando para os meios de comunicação eletrônicos a tarefa da reprodução mecânica da realidade"⁶⁷

No Brasil, o nome habitualmente adotado a essa forma jornalística de narrativa aproximada da literatura é *jornalismo literário*. Para ensinar, pesquisar, promover e praticá-lo foi criada, por pesquisadores de comunicação como Edvaldo Pereira Lima, Sérgio Vilas Boas e Celso Falaschi, a ONG

⁶⁵ COSTA, Cristiane. *Pena de Aluguel: Escritores e Jornalistas no Brasil 1904-2004*. São Paulo: Companhia das Letras, 2005. p. 272

⁶⁶ *Ibidem*, *Ibidem*.

⁶⁷ PEIXOTO, Carlos. Seis Propostas para o Próximo Jornalismo. In CASTRO, G. e GALENO, A. *Jornalismo e Literatura: a sedução da palavra*. São Paulo: Escrituras, 2002. p. 128.

Academia Brasileira de Jornalismo Literário (ABJL) ⁶⁸. A ABJL oferece anualmente um curso de mestrado *lato sensu* em Jornalismo Literário, na *Faculdade Vicentina* (Favi) de Curitiba, a *MetroCamp* (Faculdades Integradas Metropolitanas de Campinas) e o *Centro de Educação Superior de Blumenau* (Cesblu).

Edvaldo Pereira Lima define o *jornalismo literário* como uma “reportagem ou ensaio em profundidade, nos quais se utilizam recursos de observação e redação originários da (ou inspirados pela) literatura” ⁶⁹. O jornalismo literário seria, portanto, o espaço do jornalista para escrever suas reportagens com profundidade, tentando utilizar-se da linguagem literária para, possivelmente, conquistar leitores. No livro *Páginas Ampliadas*, Pereira Lima afirma que a “humanização” seria uma das mais marcantes características do jornalismo literário, por ser a responsável por dar eixo à narrativa do livro-reportagem:

É o fator humano que me permite, enquanto autor, abordar narrativamente qualquer tema da aventura do homem na Terra – também agora no espaço sideral –, mesmo que pareça a princípio árido, de difícil tratamento literário, ou de baixo interesse jornalístico. Onde há a pessoa humana, pode haver uma história maravilhosa a ser contada. ⁷⁰

Em entrevista concedida a mim, no dia 15 de maio de 2010, Edvaldo Pereira Lima afirmou que o jornalismo literário seria uma alternativa para aumentar as vendas do jornalismo impresso, uma vez que o público parece gostar da dita “humanização dos relatos da notícia”. A evidência deste gosto da opinião pública pelo texto focado no homem seria, segundo o pesquisador,

⁶⁸ABJL - *Academia Brasileira de Jornalismo Literário*. Disponível em: <<http://www.abjl.org.br>>. Acessado: 07 de julho de 2010, às 11h52.

⁶⁹ LIMA, Edvaldo Pereira. *Páginas Ampliadas: O livro reportagem como extensão do jornalismo e da literatura*. Barueri: Manole, 2009. p.253.

⁷⁰ *Ibidem*. p. 361.

o sucesso que a revista *Realidade* teve no país na década de 1960, justamente por colocar a figura humana no centro dos acontecimentos. Sérgio Vilas Boas também defende que a “humanização” poderia ser uma saída para a possível “crise” do jornalismo convencional:

O problema é que simplesmente desapareceram as reportagens hipnotizantes, aquelas que nos fazem esquecer o pão dentro da torradeira no café da manhã, perder o ônibus ou dilatar nossa ida ao banheiro durante o horário de trabalho. Diariamente, não se vê uma, uma única reportagem que crie essa empatia. Então a imprensa escrita está dando um tiro no próprio pé? vocês devem estar se perguntando agora. A resposta é sim. O jornalista e escritor Tomás Eloy Martínez, em sua conferência na Sociedade Interamericana de Imprensa, em Guadalajara, México, foi de uma clareza ímpar: “Se os jornais cada vez mais se recusarem a publicar histórias vívidas, não há por que culpar a TV ou a internet por seus eventuais fracassos, e sim à sua própria falta de fé na inteligência das pessoas”.⁷¹

Buscando evidenciar esse possível “lado humano” do texto jornalístico, o perfil torna-se interessante ao jornalismo literário por se tratar de um gênero que busca contar a história de uma personagem pública ou anônima que, por algum motivo escolhido pelo escritor do texto, torna-se interessante⁷². Vilas Boas acredita que o gênero perfil, para ser bem feito e “hipnotizar” o leitor, precisa, necessariamente, utilizar-se da linguagem literária. Perfil seria o texto jornalístico, escrito com auxílio de técnicas literárias de escrita, que enfocaria um protagonista na história de sua própria vida⁷³. Nesse tipo de texto, ao contrário dos textos biográficos, podem-se abordar apenas algumas histórias da vida do perfilado. Trata-se de uma narrativa que permite ao repórter interpretar e, muitas vezes, opinar sobre algum acontecimento da vida do seu perfilado.

⁷¹ BOAS, Sérgio Vilas. *Perfis: e como escrevê-los*. São Paulo: Summus, 2003. p.12.

⁷² LIMA, 2009.

⁷³ BOAS, 2003.

Por ser um texto em que é possível maior liberdade de escrita e em que o jornalismo literário possui tradição - considerado por Vilas Boas um dos gêneros mais “nobres” do jornalismo literário – escolhemos o gênero perfil para compor nosso *corpus* de análise. É nele que o repórter pode criar, contar a história de vida dos seus personagens com um toque poético e com certa liberdade de espaço⁷⁴.

3.5 Jornalismo Literário pela ABLJ

Como dissemos anteriormente, a missão da ABLJ seria a de pesquisar, divulgar e ensinar o dito jornalismo literário. Em seu livro *Páginas Ampliadas*, Edvaldo Pereira Lima procurou destacar quais seriam as mais marcantes características do jornalismo literário e como elas poderiam ser aplicadas. Seu livro parece ter se tornado um guia para os que se arriscam nessa nova forma de escrita e foi adotado pela ABLJ como uma espécie de manual.

Primeiramente, o autor define o jornalismo literário como “a arte narrativa da vida real”, em que o jornalista permitiria-se descrever as histórias que acontecem todos os dias, mas de forma aprofundada e sem o caráter efêmero do jornalismo convencional. Edvaldo acredita que, para tal, o melhor meio de escrita seria o livro-reportagem, pois seria o qual daria mais espaço ao jornalista.

Outros atributos seriam os da *exatidão* e *precisão*, os quais obrigariam o jornalista a sempre divulgar uma informação de forma puramente verossímil. O jornalismo literário permitiria que os dados fossem transmitidos de forma leve, contextualizados na descrição e narração livrando-se na feição dos

⁷⁴ BOAS, 2003.

“textos burocráticos e entediantes” do jornalismo tradicional. Sérgio Vilas Boas explica que para a transmissão dos dados de forma inovadora antes de tudo seria preciso sensibilidade, depois, embeber-se na linguagem literária:

O bom repórter narrativo é aquele que une duas qualidades aparentemente distantes uma da outra para fazer com que uma reportagem (temática ou biográfica) se torne durável, não-descartável. De um lado, ele/ela precisa usar o melhor de sua inteligência racional para estudar, levantar informações e interpretações básicas, compreender com profundidade e analisar o assunto que tem pela frente. De outro, precisa utilizar sua inteligência emocional (incluindo a tal da intuição) para se deixar tocar sensorialmente pelo tema que aborda, pela ressonância interior causada pelas pessoas com as quais irá lidar (tête-à-tête), pelas características subjacentes, sutis, dos cenários por onde circulará para levantar dados objetivos e subjetivos. O importante é, deveria ser, a busca de conteúdo e forma ancorados no real, mas expressos de maneira tão fascinante quanto a dos melhores textos de ficção.⁷⁵

Assim, ao contrário do jornalismo tradicional, o literário teria potencial para contar histórias. Os pesquisadores da ABJL acreditam que a chave para esse tipo de jornalismo ser bem sucedido é a *narratividade*. E Edvaldo defende que para se contar histórias reais é preciso, essencialmente, situar o ser humano em primeiro plano. Portanto, a *humanização* seria uma dos mais fortes predicados do jornalismo literário, pois “toda boa narrativa do real só se justifica se nela encontramos protagonistas e personagens humanos tratados com o devido cuidado, com a extensão necessária e com lucidez equilibrada onde nem os endeusamos nem os vilipendiamos.”⁷⁶.

Segundo Pereira Lima, o jornalismo literário objetiva a *compreensão*. Essa é, para o autor, uma forma de buscar no mundo múltiplas perspectivas de um mesmo fato, sem defender uma opinião, mas trazendo vários focos

⁷⁵ BOAS, Sérgio Vilas. Ah, o jornalismo e a literatura. In BRITO, José Domingos de. *Jornalismo & Literatura, Mistérios da Criação Literária*, vol 3. Novera, 2008. Disponível em: <<http://www.abjl.org.br>>. Acessado em: 07 de julho de 2010, às 11h52.

⁷⁶ LIMA, Edvaldo Pereira. Páginas Ampliadas: O livro reportagem como extensão do jornalismo e da literatura. Barueri: Manole, 2009. p. 359.

narrativos para mesma história. Outro atributo seria a *universalização temática* e, para o autor, a estratégia para atingi-la consistiria em, novamente, explorar o aspecto humano. A universalização seria o fator determinante para a escolha do tema de uma reportagem jornalístico-literária, para que o autor possa conquistar mais leitores. Ao escolher o tema focado no ser humano o jornalista estaria, supostamente, cumprindo com seu dever social de apresentar novas realidades e novos pontos de vista sobre assuntos de interesses universais.

O jornalista literário é mais do que um cronista dos fatos. É um tradutor de conhecimentos. Registra, observa, testemunha, interpreta, traduz. Só assim pode disponibilizar ao leitor propostas e compreensão da realidade. Só assim presta um serviço que vale a pena, pois com seu esforço de apreensão reconstrói o mundo.⁷⁷

Sempre atrelado ao real factual, o texto, para Edvaldo, precisaria comunicar com desenvoltura. Para isso, o jornalista buscaria desenvolver um *estilo próprio* de escrita, conquistado com o exercício de composição textual; e uma *voz autoral*, para possibilitar a exposição de seu modo de ver a realidade para seus leitores. "Autor de jornalismo literário tem nome, rosto, corpo, cabeça, tronco, membros. Tem mente e coração. Pensa e sente. (...) Enxerga coisas que pessoas menos exercitadas para contar histórias não enxergam."⁷⁸.

Em *Páginas Ampliadas*, o autor explica que existem certas situações da narrativa que não podem ser descritas exclusivamente com dados factuais. Para contar uma história de "forma completa", o jornalista precisaria desenvolver a sensibilidade de avaliar os fatos e encontrar neles modos de

⁷⁷ LIMA, Edvaldo Pereira. *Páginas Ampliadas: O livro reportagem como extensão do jornalismo e da literatura*. Barueri: Manole, 2009. p. 368.

⁷⁸ *Ibidem*. p. 369.

expressão diferenciados. Um mecanismo muito utilizado no jornalismo literário, segundo Pereira Lima, seria o *simbolismo*.

É o simbolismo que me permite fazer ponte entre um fato ou situação com seu sentido universal. Um dos meios de emprego do simbolismo é o uso de metáforas, o recurso de linguagem que me permite substituir uma coisa por outra que ela não é, mas que todo o mundo entende.⁷⁹

O uso de metáforas, portanto, poderiam contribuir para melhorar a qualidade do texto jornalístico-literário e para sua dita universalização. Podemos observar que o uso de metáforas é característica comum tanto para a literatura, para expressar o mundo do poeta, quanto para o jornalismo tradicional, aqui com objetivo de elucidar o leitor do tema que lhe estaria sendo reportado. Edvaldo Pereira Lima defende, portanto, que o uso de metáforas no jornalismo literário tentaria mesclar essas duas funções, ajudando o leitor a melhor compreender a reportagem e fazendo conexões sentimentais para criar empatia com ele.

Por fim, a ABJL defende que o jornalismo literário se torne uma alternativa para fazer o jornalismo impresso convencional ser mais lido, aumentando suas tiragens. Acreditam que, para isso, é preciso considerar as notícias como pequenas histórias, contadas como tal, focando sempre no agente da ação, isto é, "humanizando" o relato. Para isso, seria importante resgatar técnicas da literatura e aumentar o tempo de coleta de dados e a escrita do texto jornalístico. Sérgio Vilas Boas acredita que um texto de jornalismo literário atingiria verdadeiramente híbrido entre jornalismo e literatura:

⁷⁹ LIMA, Edvaldo Pereira. *Páginas Ampliadas: O livro reportagem como extensão do jornalismo e da literatura*. Barueri: Manole, 2009. p. 379.

Agora podemos internalizar que o Jornalismo Literário, por exemplo, é uma entre várias alternativas para a oxigenação dos textos herméticos (da academia), pernósticos (dos colunistas) e banais (dos noticiários). As reportagens especiais de fôlego estão retornando ao cenário, aqui e ali. E então podemos de novo dizer que a genuína índole do Jornalismo Literário seria fazer com que conteúdo e forma sejam parceiros da mesma aventura, assim como são na boa literatura de ficção.⁸⁰

⁸⁰ BOAS, Sérgio Vilas. Ah, o jornalismo e a literatura. In BRITO, José Domingos de *Jornalismo & Literatura, Mistérios da Criação Literária*, vol 3. Novera, 2008. Disponível em: <<http://www.abjl.org.br>>. Acessado em: 07 de julho de 2010, às 11h52.

Capítulo 4 – *Brasileiros e Piauí*: um novo conceito de revistas

Nosso corpus de análise é composto por sete reportagens-perfil das revistas *Brasileiros* e *Piauí*, coletados em julho, agosto e setembro de 2010. Procuramos selecionar um texto por mês, mas, quando houve necessidade e foi possível, escolhemos mais de um para a nossa avaliação.

Optamos pelas duas revistas por estarem em destaque no mercado editorial, como dois meios alternativos ao jornalismo impresso convencional, no qual o tempo de apuração das pautas é curto e, por consequência, muitas das reportagens são abordadas de forma superficial. As duas revistas vêm sendo apontadas como meios jornalísticos de qualidade e consideradas pela ABJL um espaço fértil para a produção do chamado jornalismo literário.

A revista *Piauí* fez em outubro de 2010 quatro anos de existência, com sua quadragésima nona edição. O diretor de redação é Mario Sergio Conti e a tiragem é de 60 mil exemplares. A proposta da *Piauí*, ao ser criada por João Moreira Salles, era de ser, para o leitor, uma mídia impressa com bom texto e tom divertido. Para o repórter, uma revista em que houvesse tempo de apurar e escrever longas matérias.

Ao contrário da maioria das revistas, a *Piauí* não tem uma linha editorial especificada. O veículo não é pautado pelos acontecimentos “quentes” que estampam os jornais diariamente; há liberdade para que o repórter escolha sua pauta, independentemente do fato de ela estar em voga. O importante é que a matéria seja “bem escrita” e apurada. A publicidade da revista no site da editora Abril⁸¹ aponta justamente para esse sentido: “A fórmula é não ter

⁸¹ Editora Abril. Disponível em <<http://www.assineabril.com.br>>. Acessado em: 20 de outubro de 2010, às 01h35.

muita fórmula, para surpreender os leitores todo mês e dar a eles o que tanto buscamos: uma leitura prazerosa.”⁸².

Todas as matérias são assinadas pelo repórter, dando-lhe a liberdade para produzir “seu próprio estilo”. Não há editoria fixa, uma vez que inexistem temas a serem obrigatoriamente abordados. Mas no geral, as edições trazem as seções Chegada, Esquina, Diário, Poesia, Portfólio (visual), Quadrinhos, Ficção e Despedida, além das flutuantes que são Tipos Brasileiros, O que aprendi, Vida urbana, Teatro, Memória. No mais, a revista cria sessões conforme a necessidade da pauta, geralmente nomeadas com humor.

Brasileiros, por sua vez, é uma revista com tiragem menor que *Piauí*, com 33 mil exemplares. Ao todo são três anos de publicação, dirigidos por Hélio Campos Mello, que idealizou o veículo em conjunto com sua esposa e sócia Patrícia Rousseaux, inspirados nas revistas *Realidade*, *Vanity Fair* e *National Geographic*. O objetivo era criar uma revista que tivesse espaço para grandes reportagens, “bem apuradas”, explorando a fotografia.

Assim como na *Piauí*, em *Brasileiros* todas as matérias são assinadas. As seções fixas são Astrologia, Cultura, Personagens, Quadrinhos, Economia, Ciência e Tecnologia, Pequenos Contos, Opinião e História do Brasil. Nas últimas edições, a revista tem apresentado a sessão “30 dias”, que engloba dicas de livros, bebidas, músicas e crônicas. *Brasileiros* preza pela liberdade do repórter de criar, apurar e escrever pautas de forma autoral.

Nosso *corpus* de análise é composto por quatro perfis da *Brasileiros* e três da *Piauí*. Em julho, selecionamos os perfis “Bela mulher, bela empresa” escrito por Giedre Moura para a *Brasileiros* e “Há luz no fundo de Itaipu”, de

⁸² *Editora Abril*. Disponível em <<http://www.assineabril.com.br>>. Acessado em: 20 de outubro de 2010, às 01h35..

Marcos Sá Corrêa para *Piauí*. O primeiro é um perfil sobre Mariangela, a criadora das empresas de cosméticos OX e Eos. O segundo é sobre Antonio Luiz, engenheiro que trabalha há 33 anos de Itaipu e tem sua história de vida contada em paralelo a da hidrelétrica.

O perfil selecionado da *Piauí* em agosto é o de Índio da Costa, vice da chapa de José Serra à presidência, texto intitulado "Ego nas Alturas", escrito por Consuelo Dieguez. Da *Brasileiros* foi selecionado o perfil "O rei do costume", que apresenta Ricardo Almeida, o alfaiate que confecciona os ternos e costumes do presidente Lula e de outras celebridades, apurado por Laura Artigas.

Em setembro, foram duas as reportagens-perfil selecionadas da *Brasileiros*, "Um alemão no caminho", de Hélio Campos de Mello, que conta a vida de Hoffmann, um veterano de guerra que construiu sua família no Brasil; e "O (ainda) fumante inveterado Ricardo Kotscho entrevista... O antifumante radical Drauzio Varella", que como indica o título é um perfil da vida médico Drauzio, feito por Kotscho. Por fim, "A arte de se livrar de um emprego ruim", publicada na *Piauí*, texto de Marcos Sá Corrêa, que expõe os "feitos" de Guilherme Leal, vice da chapa de Marina Silva para concorrer à presidência.

CAPÍTULO 5 – Em busca da literariedade

É possível encontrar vários pontos comuns aos sete perfis selecionados para nosso *corpus* de análise, especialmente no que diz respeito à estrutura. Os sete textos parecem descrever a trajetória de pessoas “dignas de grandes feitos”, tanto pessoais, quanto para a sociedade. Os textos parecem apontar para o sentido de que a condição do “ser perfilado” por um jornalista é o de uma pessoa em cuja vida haja histórias de superação de grandes dificuldades, trajetória que a levou a se tornar um “brasileiro do bem”. Na maioria dos textos, são tantas as facetas apresentadas dos perfilados e tantas as qualidades exacerbadas, que acabam sendo tratados como heróis.

5.1 Narratividade

Presente em todos os textos, a narratividade se apresenta de diversos momentos em nosso *corpus* de análise. Sabendo que ela poderia estar presente em qualquer tipo de texto, literário ou não-literário, fizemos uma avaliação da maneira com que ela se apresenta nos perfis. Em alguns textos ela serve como fio-condutor da história de vida do perfilado, como no texto sobre Hoffmann, o veterano de guerra, o qual destaca episódios narrativos “curiosos” da vida do alemão, em especial sua chegada ao Brasil. A matéria parte pelo caminho das ações e aventuras do personagem, sua bravura frente aos problemas e desafios. O primeiro encontro do alemão com sua esposa, Liselotte, se parece com o início de uma história de amor idealizada, com certa tonalidade de narrativa ficcional, não raramente presente em romances do século XIX, por exemplo: “Ao encontrar dificuldades para localizar um de seus

clientes, pediu ajuda em uma das casas da vizinhança e deparou-se com uma bela moça chamada Liselotte"⁸³.

Na matéria o tom ficcional é recorrente, às vezes com sugestão cinematográfica, como no fragmento em que se narra a aventura de Hoffmann em meio à selva amazônica: "Acomodei minhas coisas na barraca, andei 20m e dei de cara com uma cascavel. Peguei um revólver e só no segundo tiro consegui acertá-la. O guizo continuou a mexer (está comigo até hoje)"⁸⁴. O episódio parece caber em algum filme da franquia *Indiana Jones*, em que o herói enfrenta diversos perigos, com semelhante coragem apresentada por Hoffman. Ao fim, o próprio narrador aponta para a forma expressiva com que o texto é impregnado deste imaginário cinematográfico-ficcional: "Personagem imprescindível e testemunha ocular das revoluções empreendidas por nosso País há 50 anos, Hoffmann viveu uma vida intensa, que renderia um filme emocionante, desses de tirar o fôlego, com direito à redenção e um belo final feliz"⁸⁵.

A tonalidade ficcional também se apresenta no perfil de Antônio Luiz, nos segmentos em que o autor conta como fez para conseguir dinheiro para buscar sua namorada de infância, que morava no interior:

Só nos meses em que passou em Foz do Iguaçu aguardando a contratação, juntou "67 milhões de cruzeiros" - ou, trocando em miúdos, "dinheiro na época para comprar um Fusca zero" - fazendo bico como guia dos turistas que iam fazer compras na Argentina. Como? "Fui lá a passeio e vi que o cara da excursão ganhava comissão em todas as vendas." Seu primeiro salário em Itaipu não valia um décimo do que ganhava com turismo, mas ele estava atrás de estabilidade para buscar, em Mirandópolis, no interior de São Paulo, sua namorada de

⁸³ Ver anexos, p. 120.

⁸⁴ *Ibidem*, *Ibidem*.

⁸⁵ *Ibidem*, p. 122.

infância. Antônio e Aparecida se casaram assim que ele assinou o contrato. E continuam juntos.⁸⁶

Em seis, dos sete textos do *corpus*, enfatiza-se a narratividade para “resgatar” o passado dos perfilados, procedimento conhecido como *flash back*. Os narradores dos textos parecem pinçar detalhes do passado dos perfilados para relacioná-los, mesmo que de forma indireta, com fatos atuais, desvendando o início de grandes empreendimentos, ou de características pessoais. No perfil de Mariangela Bordon, por exemplo, tal recuo ao passado se apresenta com o surgimento de sua empresa OX, associando-se a fatos de sua adolescência: “Curioso é saber que a OX surgiu quase que em extensão das brincadeiras de cabeleireira que a executiva protagonizava na adolescência ao lado das primas e irmãs na fazenda da família, região de Campinas, interior de São Paulo.”⁸⁷.

No perfil de Ricardo Almeida, o caráter de retrospectiva se repete, com a narração do passado feita de forma sumária, iniciando-se no trecho em que se aborda a abertura de sua primeira loja:

A decisão de abrir uma loja própria, voltada ao público masculino, aconteceu em meio ao turbilhão econômico dos anos 1980. A inflação galopante gerava prejuízos. “Se os lojistas atrasavam dez dias para pagar, não queriam pagar a correção. Eu acabava perdendo meu lucro”, relembra. As dificuldades dos anos 1980 endureceram ainda mais com o Plano Collor, no começo dos anos 1990, e com a abertura do mercado para as importações de tecidos. O produto nacional saía mais caro. Chegara a hora de abrir sua loja: a primeira, em 1992, no Shopping Morumbi, e em seguida outra, em 1993, no Shopping Iguatemi, ambas em São Paulo.⁸⁸

⁸⁶ Ver anexos, p. 132.

⁸⁷ *Ibidem*, p. 96.

⁸⁸ *Ibidem*, p. 103.

A narrativa do engenheiro Antônio recua no tempo para contar o início de carreira do perfilado, explicando como foram seus primeiros dias de trabalho na hidrelétrica:

Começou a lidar com Itaipu em seu primeiro emprego, quando o assunto ocupava as pranchetas de uma das firmas de engenharia que participaram do consórcio responsável pelo projeto. Mudou-se para Foz do Iguaçu durante a construção. E ficou até hoje na empresa binacional. Está esvaziando gavetas. Na parede de sua sala, um quadro com anotações de caneta hidrográfica, num azul já meio esmaecido, repete instruções do tipo "Verificar calafetagem em-A-1, 2, 5, 6, 7 e 11". O que quer dizer aquilo? "Ah, é um *checklist* deixado pelo Hélio Celso. Era um supervisor que já se aposentou." ⁸⁹

A história do engenheiro também se utiliza do *flash back* para a revelação de uma de suas piores lembranças de trabalho em Itaipu, quando ficou preso em um elevador dentro da barragem:

A pior lembrança de suas três décadas se concentra nos 22 minutos a bordo de um elevador em pane. Ele estava, na ocasião, sozinho e sem lanterna, dois pecados capitais no breviário de segurança dos leituristas de Itaipu. A bordo, a luz piscou. A cabine do E-12 parou com um tranco. E, ao voltar a eletricidade, ele se deu conta de que estava preso numa caixa de aço, "provavelmente na cota 78". ⁹⁰

No perfil de Drauzio Varella, o passado retratado adquire uma coloração especial de certo ar bucólico, a de uma vida provinciana. É possível notar que nos segmentos destacados há certo recolhimento da tradição literária na exploração do espaço, produzindo-se uma atmosfera quase encantada da infância do médico:

Os Varella moravam em uma casa com banheiro coletivo, quartos espalhados ao longo de um corredor, galinhas no quintal e um campinho de futebol no terreno de uma fábrica ao lado. Perto dali, morava o tio Amador Varella, único médico na

⁸⁹ Ver anexos, p. 130.

⁹⁰ *Ibidem*, p. 124.

família, que está com 93 anos e serviu de inspiração para o menino Drauzio seguir esta carreira.⁹¹

A referência ao passado de Indio da Costa é apresentado de forma a dar coloração ao texto e iluminar características do perfilado no presente, com a descrição levemente anedótica de passagens de sua infância e pré-adolescência:

Desde menino, Indio da Costa mostrou talento por inventar negócios. Aos 8 anos, esculpia crucifixos em pregadores de roupa e os vendia a amigos. Aos 11, tornou-se tiete de Michael Jackson e passou a frequentar as festinhas da época vestido a caráter, com luva de paetê e tudo. Segundo o publicitário Kiko Lomba, amigo de infância do deputado, ele imitava os passos Moonwalk do cantor muito bem. Eles se conheceram no Andrews, o colégio de grife liberal da Zona Sul, no Rio, e a música os aproximou.⁹²

Outra marca de narratividade presente nas reportagens-perfil está em episódios curiosos dos perfilados, que acabam servindo como forma de captar a atenção do leitor. Esses episódios acabam por deixar transparecer detalhes pessoais da vida do perfilado, promovendo ao leitor o acesso a algumas nuances da personalidade, alguns de seus trejeitos, ou mesmo como se portaria em determinadas situações. De alguma forma, tais descrições buscam propiciar ao leitor sentir-se mais próximo do perfilado, íntimo. É possível encontrar outros exemplos desses casos inusitados no perfil de Indio, especialmente na descrição de sua adolescência, quando ele procurava alguma ocupação para ganhar dinheiro:

O projeto de ser baterista não foi adiante, embora Indio tenha tocado no Circo Voador com Pedro Gil, filho de Gilberto Gil, morto em um acidente de carro. Começou então as investidas empresariais: desenvolveu um aparelho para espantar

⁹¹ Ver anexos, p. 106.

⁹² *Ibidem*, p. 142.

mosquitos, que vendia para os amigos do pai. Em seguida montou um negócio de venda de peixes ornamentais. “Tinha aquário que não acabava mais espalhado pela casa dos meus pais”, lembrou Indio.

Perto dos 15 anos, vendeu os aquários para comprar uma aparelhagem de som e atuar como dj em festas de amigos. Uma das primeiras que organizou foi para uma colega de colégio, filha do escultor Sérgio Camargo. “Me saí tão bem que recebi 100 dólares e outros 100 para o meu parceiro, quando o que cobrávamos era, no máximo, 10 dólares”, contou, orgulhoso.⁹³

O texto de Antônio Luiz traz um curioso dado sobre “turma de Mirandópolis”. O perfilado não imaginava, na época em que morava no interior, que ao longo de sua vida profissional conheceria tantos presidentes do Brasil:

Mas Antônio, no grupo, era conhecido como Micuim. Integrava a ala pobre do Tanto Faz. E, levando em conta seu ponto de partida, reconhece que fez mais do que poderia imaginar. E é o único da turma que viu desfilar por seu local de trabalho seis presidentes da República, de Ernesto Geisel a Lula, sem contar os paraguaios Alfredo Stroessner, Andrés Rodríguez, Juan Carlos Wasmosy, Luis González Macchi, Nicanor Frutos e Fernando Lugo. “Aqui as coisas acabam passando por você”, ele conclui.⁹⁴

Algo semelhante acontece no perfil de Drauzio, em que o narrador aponta o curioso hábito do médico, de correr no Minhocão aos domingos, “Por estranho que possa parecer, em vez de buscar alimento para o espírito em alguma igreja, todo domingo o médico vai correr no Minhocão, o feio viaduto que liga as zonas Leste e Oeste da cidade e é interdito ao trânsito neste dia”⁹⁵. Há também o inusitado episódio em que o Varella é negligente com a própria saúde e quase morreu na volta de uma de suas viagens para a Amazônia:

⁹³ Ver anexos, p. 143.

⁹⁴ *Ibidem*, p. 133.

⁹⁵ *Ibidem*, p. 116.

Em 2004, foi em uma dessas viagens que o médico ficou doente e quase morreu. Por descuido, embarcou para a Amazônia sem tomar nova vacina contra febre amarela, uma providência básica que ele recomenda a todos que viajam para aquela região. A sua estava vencida havia mais de dez anos. Pegou uma febre amarela brava, que só foi diagnosticada em São Paulo, pelos médicos do Sírio-Libanês, quando seu estado de saúde já era gravíssimo.⁹⁶

A reportagem do alemão Hoffmann destaca diversos episódios narrativos curiosos. Por exemplo, e de forma espirituosa, as dificuldades que tinha no período da guerra: "Bem-humorado, o ex-artilheiro satiriza que conseguiu sobreviver nos campos de batalha, pois era alvo impossível até para o mais exímio atirador, por conta da magreza acentuada."⁹⁷ O texto explora o passado do sobrevivente, contando suas peripécias de criança:

Aos 12 anos, deixou os pais desesperados ao fugir de bicicleta com um amigo para Berlim e abrigar-se por dias em uma olaria. Tempos depois, revestiu a imponente estátua de Netuno disposta em uma fonte de Liegnitz, sua cidade natal, com roupa e objetos. Traquinagem que rendeu manchete indignada no jornal do dia seguinte: "Grande besteira".⁹⁸

No perfil de Mariangela, o narrador aborda o episódio em que a perfilada tem a ideia de produzir a linha de tratamento capilar OX, e quais dificuldades enfrentou no início da empresa, ao lado de sua mãe:

Em uma de suas viagens para a França, a mignon, porém enérgica filha de Geraldo Bordon, conheceu os benefícios de um creme para o cabelo feito à base de tutano de boi e decidiu recriá-lo no Brasil. "A OX surgiu sem grandes planos no início, na cozinha da fazenda, com a minha mãe me ajudando e a minha filha participando como se fosse uma brincadeira", recorda. A matéria-prima não era problema, havia em abundância na fazenda, mas o cheiro forte e desagradável era um grande empecilho para o desenvolvimento do primeiro produto cosmético à base de tutano de boi no mercado

⁹⁶ Ver anexos, p. 113.

⁹⁷ *Ibidem*, p. 118.

⁹⁸ *Ibidem*, p. 119.

brasileiro. Foi só com inúmeras tentativas e com a contratação do trabalho de um químico que Mariangela criou, em 2003, o primeiro produto da empresa, batizou a marca com o nome de OX, boi em inglês, e em menos de dez anos construiu uma marca milionária que foi vendida para o Grupo Bertin.⁹⁹

Há certas especificidades narrativas em alguns dos textos do *corpus*. No perfil escrito por Kotscho, o texto é dividido em sete capítulos, nomeando-os um a um, como se fosse um livro.

Na abertura da reportagem o narrador expõe as dificuldades da escrita para o gênero perfil no caso específico de Drauzio Varella:

O mais difícil ao escrever uma reportagem sobre a vida de um homem chamado Drauzio Varella é descobrir por onde começar. Porque não é uma, são muitas as vidas simultâneas deste paulistano do Brás, filho de humilde família de galegos e portugueses, que perdeu a mãe aos quatro anos e, desde pequeno, nunca pensou em ser outra coisa na vida a não ser médico.¹⁰⁰

Neste caso, o narrador em primeira pessoa acaba por assumir a marca da subjetividade, além de incidir na metalinguagem, que normalmente não aparece nos textos do jornalismo convencional. O próprio título do perfil “O (ainda) fumante inveterado Ricardo Kotscho entrevista... O antifumante radical Drauzio Varella”¹⁰¹ denuncia a aparição do narrador metalingüístico, com certo tom lúdico, como se ele houvesse sido criado para contar a história. Há também um momento em que o repórter se coloca conversando com seu perfilado, em um diálogo sobre seu vício de fumante:

"O mal do cara que quer parar de fumar e não larga é porque não quer sofrer. Não existe isso de felicidade sem sofrer. Para os meus pacientes que falam 'eu tento largar e fico numa infelicidade', eu respondo: 'Não existe felicidade possível para

⁹⁹ Ver anexos, p. 97.

¹⁰⁰ *Ibidem*, p. 105.

¹⁰¹ *Ibidem*, p. 105.

quem é dependente e quer largar do cigarro. A única felicidade é fumar'. Digo sempre: tente de novo. Você ainda é fumante?" "Sim, infelizmente", respondi, meio envergonhado. Ex-fumante convicto, Drauzio até hoje sonha que voltou a fumar e acorda assustado.¹⁰²

Há outras aberturas de texto que fogem do jornalismo convencional. O início da reportagem do alfaiate Ricardo é, de certo modo, surpreendente buscando instigar o interesse do leitor:

Uma das primeiras lições que se aprende conversando com Ricardo Almeida é a definição correta do terno. Paletó e calça são, na verdade, chamados de "costume". Por definição, o terno é composto por três peças. Além da calça e do paletó, há o colete. Essa foi uma entre tantas coisas que o estilista paulistano aprendeu em 27 anos de existência da marca que leva seu nome.¹⁰³

A profissão de Ricardo é apresentada já no primeiro parágrafo. Sabe-se que ele é um alfaiate de ternos e costumes, mas sem que isso seja mencionado literalmente. O perfil do engenheiro Antônio Luiz também é inovador, apresentando onde e qual sua rotina de trabalho:

Se contasse este mês os passos que lhe faltam para se aposentar, Antônio Luiz de Lima somaria, até o dia 30, quase 100 quilômetros a seu currículo de marchas forçadas na Divisão de Obras Civas da hidrelétrica de Itaipu. Ele frequentemente percorre 8 quilômetros por expediente. Em diferentes circuitos. Mas sempre no mesmo lugar. Trabalha dentro da barragem, caminhando por corredores estreitos e amplos precipícios, ora se espremendo em cubículos, ora varando abismos de alvenaria por diáfanos passarelas metálicas.¹⁰⁴

A descrição da filha de Índio da Costa possui tratamento incomum às tradicionais matérias jornalísticas: "Sofia, de 6 anos, cabelos e olhos pretos como o pai, entrou no Instituto pelas mãos de Mariana, a irmã mais nova do

¹⁰² Ver anexos, p. 115.

¹⁰³ *Ibidem*, p. 100.

¹⁰⁴ *Ibidem*, p. 123.

deputado”¹⁰⁵. Raro ao *hard news* e muito próximo às narrativas literário-ficcionais, como os contos e romances, é a retratação de tempo e espaço utilizada na abertura do texto:

Passava das onze da manhã de um domingo nublado, no começo de julho, quando Antônio Pedro de Siqueira Índio da Costa, ou simplesmente Índio, como é chamado, entrou em seu escritório político, num prédio art déco do centro do Rio. O escritório agora faz as vezes de quartel-general da sua campanha a vice-presidente.¹⁰⁶

Tais marcas temporais estão presentes em diversos períodos desse perfil, como no seguinte: “Eram sete da noite quando o ex-deputado Márcio Fortes, tucano que concorre a vice-governador de Fernando Gabeira, do Partido Verde, entrou na sala para uma visita”¹⁰⁷. Elas estão também no perfil de Draúzio, como, por exemplo: “No verão de 1965-66, os dois amigos tiveram uma ideia: por que não abrir um cursinho de férias, já que todos encerravam suas atividades em dezembro e os vestibulares só aconteciam em fevereiro?”¹⁰⁸ ou mais à frente, “Em uma bela manhã de sábado, tomaram um susto: mais de 600 candidatos apareceram para se inscrever.”¹⁰⁹.

Em vez de uma narração sumária, a reportagem de Drauzio utiliza-se de cenas com diálogos, em discurso direto, como ferramenta para dar vivacidade e verossimilhança à narrativa, como podemos observar no trecho abaixo:

“E aí, eu e o Gallo estávamos na Amazônia, em um bar conversando no final da tarde, naquela floresta exuberante, e ele perguntou:
- Quem é que estuda essas plantas? Tem algum projeto de pesquisa?
- Que eu saiba, não...”

¹⁰⁵ Ver anexos, p. 146

¹⁰⁶ *Ibidem*. P. 135.

¹⁰⁷ *Ibidem*, p. 148.

¹⁰⁸ *Ibidem*, p. 106.

¹⁰⁹ *Ibidem*, p. 107.

E fiquei com aquilo na cabeça. Então, você fica falando de biodiversidade brasileira e ninguém estuda... Aí, fiz um projeto..."¹¹⁰

Nesses trechos é possível observar que a cena é construída pelo perfilado, com diálogos no discurso direto, como ocorre no fragmento:

"Um amigo meu, o ex-deputado João Batista Breda, tinha sofrido um infarto. Um dia, ele foi à minha casa e nós ficamos conversando a noite inteira. Eu já tinha diminuído bastante o cigarro desde o episódio dos Estados Unidos. Era uma sexta-feira. Eu tinha um maço de cigarros e ele também. Nessa noite, a gente fumou o maço dele, o meu e, quando foi às três da manhã, ele falou:

- Acabou o cigarro!

- Nossa! Nós fumamos tudo? Você teve um infarto e está fumando tudo isso?!...

Ele ficou sem graça quando eu falei e eu fiquei sem graça por ter falado isso para ele. Aí, fiquei pensando: que diferença tem entre eu e ele? A diferença é que ele já tinha tido um infarto, e eu não... Daquele dia em diante, eu não fumei mais na vida."¹¹¹

Um aspecto conteudístico que parece permear a estrutura narrativa de quase todos os textos selecionados é a construção dos perfis baseada na superação de dificuldade das vidas dos perfilados. Como dissemos anteriormente, os personagens-perfilados são, muitas vezes, apresentados como pessoas "do bem", que venceram desafios imensos para se tornarem bem sucedidas em suas carreiras e vidas pessoais.

Ricardo Almeida teve que enfrentar certas dificuldades para começar a trabalhar com moda, uma vez que precisava ajudar os pais na loja da família de cama, mesa e banho. A trajetória de seu sucesso é configurada com ênfase à narratividade: "Deixou a empresa da família para buscar patrocínio para seu sonho. E assim começa a história de Ricardo Almeida na moda."¹¹². A

¹¹⁰ Ver anexos, p. 112.

¹¹¹ *Ibidem*, p. 114.

¹¹² *Ibidem*, p. 102.

reportagem-perfil desenvolve, então, a trajetória de ascensão do perfilado, contando anos de labuta à frente de sua empresa, exaltando suas habilidades:

Contou com a experiência do baiano Raimundo que lhe ensinou a fazer moldes. Aprendeu por conta própria. De aprendiz, passou a patrão. Ricardo saiu da camisaria e ficou sócio da marca de calças que trabalhara. Acumulou experiência e viu que era hora de abrir sua própria marca. O ano era 1983. Começou produzindo para outras marcas conceituadas como Bruno Minelli e Brooksfield, entre outras. Aprendeu a fazer moda na prática.¹¹³

O percurso de superação de dificuldades para erguer uma nova empresa, após ter vendido milionária marca OX de tratamento para cabelos é narrado no perfil de Mariangela:

Exausta, com dinheiro o suficiente para não precisar mais trabalhar, Mariangela pensou que teria um longo período sabático pela frente, mas a pausa, de fato, não durou mais que quatro meses. O pai faleceu logo após o negócio ser concretizado, Mariangela também perdeu um de seus irmãos e, já como uma profunda conhecedora dos assuntos da beleza, decidiu escrever e publicar um livro - *Que Cabelo é Esse?* - que a entretreu por um ano. Mal terminou o livro, se viu envolvida com a criação de uma nova linha de produtos, mas dessa vez com um apelo alinhado aos desejos atuais dos consumidores mais exigentes: produtos com ativos naturais, que utilizam propriedades únicas da água e assim nasceu, em 2007, a Eos Cosméticos, com uma linha de 120 produtos, totalmente idealizados por Mariangela. Enquanto a OX nas mãos dos novos donos se voltou para a classe C, a Eos, que conta com uma loja-conceito na região do sofisticado bairro dos Jardins, em São Paulo, atende a um público mais abastado e exigente. O xampu, por exemplo, tem preço médio de 18 reais o frasco.¹¹⁴

Antônio Luiz também cumpriu um longo percurso para chegar a seu sucesso profissional em Itaipu:

Ele começou misturando cimento na Central de Britagem. Depois passou para o laboratório, fazendo dosagem de concreto sob medida para cada aplicação estrutural. Fez todos os cursos

¹¹³ Ver anexos, p. 102 – 103.

¹¹⁴ *Ibidem*, p. 97.

sobre concreto que cruzaram seu caminho nesses trinta e poucos anos. Em 2006, ganhou o prêmio Liberato Bernardo, como Tecnologista do Ano, escolhido pelo Instituto Brasileiro do Concreto. De quebra, formou-se em Geografia pela Universidade de Presidente Prudente, "por capricho". E aproveitou os últimos meses de patrocínio de Itaipu para estudar inglês à noite.¹¹⁵

O patrimônio monstruoso de Guilherme Leal começou a ser construído logo depois que foi demitido da FEPASA, quando comprou a empresa de cosméticos:

Guilherme Leal saiu da Fepasa "com a pele engrossada". Desempregado, rebarbou um convite para se enterrar na Nuclebrás. "Com filho e tudo", preferiu "vender meio terreninho que tinha na Vila Viana, raspar meu fundo de garantia" e comprar de distribuidores em Santa Catarina um pedaço da Natura. De quebra, arrastou na aventura empresarial o engenheiro Pedro Passos. Tudo isso "aconteceu em um mês". Ele não entendia nada de cosméticos. Mas uma de suas características é, como diz, "entrar de cabeça nas coisas". A empresa já se chamava Natura. Por quê, ele não sabe explicar. Mas garante que, "como nada é por acaso", o "nome já estava lá", esperando pelos extratos de plantas nativas que ligaria a marca à natureza. A fábrica não passava de uma loja na rua Oscar Freire que vendia produtos manipulados em fundo de quintal. Foi deixada ali por um francês que se mudou para a Argentina.¹¹⁶

Com a construção da narrativa focada na superação e nas qualidades dos perfilados, o discurso narrativo alcança o sentido do enaltecimento. É como se, para que merecedor de um perfil a pessoa tenha que ser suficientemente "boa" e tenha obtido sucesso em diversas áreas de sua vida. Constrói-se, pois, a imagem do herói.

¹¹⁵ Ver anexos, p. 132.

¹¹⁶ *Ibidem*, p. 154.

5.2 Construindo heróis

Como citado anteriormente, Edvaldo Pereira Lima postula que o gênero perfil seja o ato de contar histórias de pessoas famosas ou não, mas de forma “interessante”. Como fazer, então, que a história de uma pessoa se torne suficientemente “interessante” para ser narrada? Diante nosso *corpus*, esboçamos a hipótese de que uma pessoa se tornaria atraente ao ter produzido grandes feitos, podendo ser associada, mesmo que sumariamente, à imagem do herói. Normalmente, quando o jornalista retrata seu perfilado, acaba lhe atribuindo adjetivos elogiosos que de fato respaldam a efigie heróica.

A exposição física de Mariangela Bordon em seu perfil é feita com certo empréstimo da tradição literária, sobretudo romântica, em descrever personagens e seus dotes físicos de maneira idealizada:

Dona de olhos verdes que contrastam com o tom escuro e brilhante de cabelos que são, sem dúvida alguma, a melhor propaganda de seus produtos, Mariangela, aos 52 anos, é uma mulher belíssima, de gestos firmes, bem-sucedida e mãe de uma única filha, Júlia, que, por enquanto, tem preferido às artes aos negócios. Mariangela não esconde que muitas vezes se sente exausta. O que tenta fazer é buscar algum equilíbrio. Embora a genética a tenha visivelmente favorecido, acorda cedo, corre, cavalga, cuida da alimentação, faz uso de todo o poderio da cosmética que bem conhece e está prestes a se submeter a sua primeira cirurgia plástica.¹¹⁷

O narrador exacerba-se tanto na descrição que partes do seu texto assemelham-se a um *slogan* publicitário: “Seu nome no mercado é sinônimo de fibra e inovação”¹¹⁸. Apesar de vir de família rica, a empresária lutou por seus sonhos mais íntimos e criou duas marcas com o apoio somente de sua

¹¹⁷ Ver anexos, p. 98.

¹¹⁸ *Ibdem, Ibdem.*

família. Superando dificuldades, Mariangela é retratada como batalhadora, como uma guerreira que atingiu o sucesso. Já no fim do texto, comparece ainda a exaltação de suas qualidades como mulher:

Rica, bonita, criadora voraz e bem-sucedida, Mariangela poderia parar de trabalhar hoje mesmo, mas, embora não faça planos para o futuro e prefira deixar a vida seguir o seu curso, sabe que está longe da hora do sossego. Pode até se sentir cansada em alguns momentos, mas a vida sem trabalho e sem desafio para a filha de um empreendedor nato e de uma trabalhadora incansável certamente seria entediante.¹¹⁹

“Desbravador” e “Aventureiro” são alguns dos predicados atribuídos ao alemão Hoffmann. A construção de uma atmosfera cinematográfico-ficcional, como indicamos anteriormente, contribui para o perfilado ser associado a uma espécie de herói brasileiro – mesmo sendo alemão.

O hábito de Antônio Luiz de sempre beber chá é atribuído ao personagem como uma qualidade da simplicidade “‘Aqueles 22 minutos foram uma eternidade’, ele resume, enchendo a xícara de Cachamai, o chá de ervas argentino que tem sempre à mão, num canto do Laboratório de Tecnologia do Concreto.”¹²⁰. A mesma modéstia com que é descrito como pessoa, que apesar da singeleza, é de extrema competência em seu trabalho:

Aos 54 anos, continua em plena forma, a ponto de usar camisas justas de malha enfiadas no cinto, em vez dos blusões folgados do uniforme que tendem a enganchar nos obstáculos do percurso. Caminha no labirinto da barragem como se respirasse ao ar livre. Incorpora o “Antônio Pra Frente”, o seu apelido dado pelos colegas ao melhor cicerone entre os leituristas. Algum parentesco com o “Pra Frente, Brasil” da propaganda oficial, em voga quando os governos militares fizeram a hidrelétrica? Ele encara a pergunta como se a ouvisse pela primeira vez: “Não, é porque sou assim mesmo.” Usa com naturalidade palavras como “enaltece”. Chama todas as coisas

¹¹⁹ Ver anexos, p. 99.

¹²⁰ *Ibidem*, p. 125.

pelo nome técnico. A água, com ele, não se infiltra, "percola".¹²¹

Todo o ambiente do ateliê de Ricardo é descrito como luxuoso e o leitor pode perceber a grandeza do local, ao lhe ser apresentado um salão patrocinado por uma marca de uísque:

Além de cama, banheiro e cozinha bem equipados, o lugar ainda conta com um subsolo adaptado para festas, com direito a patrocínio do uísque Chivas. Ele foi nomeado embaixador da marca de bebidas no Brasil. A mesa de sinuca é a estrela do salão. O jogo entra na lista de passatempos do criador. O *savoir faire* em promover festas recheadas de VIPs virou negócio sério com seu novo empreendimento noturno.¹²²

Ao ser descrito como embaixador de uma marca de uísque, associamos ao personagem os símbolos de boemia e riqueza; do *bon vivant* que tem como passatempo jogar sinuca. A conectividade com um objeto com função emblemática no texto possibilita a apresentação certas características do personagem, como a valorização de sua marca registrada: "E na B4 lá está a mesa de sinuca. Uma marca registrada, como sua alfaiataria."¹²³. Esse artifício de deter-se em um objeto para impor de maneira sutil o perfilado é usado no fim do texto, revelando um traço característico – o qual parece ter sido fundamental na "trajetória de sucesso" de sua vida:

Ricardo tem uma coleção de óculos de farmácia na mesa de centro da sala do seu escritório. Ele tem dois graus de "vista cansada". Escolhe pela cor da armação. "Estava atrás de um exemplar laranja. Vou perdendo e comprando outros. Agora parece que foi proibido vender esses tipos de óculos."¹²⁴

¹²¹ Ver anexos, p. 125.

¹²² *Ibidem*, p. 100.

¹²³ *Ibidem*, p. 102.

¹²⁴ *Ibidem*, p. 104.

Guilherme Leal é apresentado como um bilionário brasileiro que tenta viver com simplicidade. Flagrada a peculiaridade de seu comportamento e, com certo tom de gracejo, o trecho abaixo aponta para o fato de que, mesmo tentando atenuar, sua riqueza transparece a qualquer um:

Pode-se andar dias atrás dele, sem reconhecer qualquer mudança no blazer azul-marinho, nas calças cinzas e na camisa social sem gravata, que adotou como uniforme de trabalho. Essa informalidade num homem tenso tem, nos debates da campanha, o efeito paradoxal de fazer o deputado Michel Temer – sempre enfatotado como candidato a vice de Dilma Rousseff – parecer que está a seu lado porque a qualquer momento o vice de Marina Silva pode precisar de um mordomo.¹²⁵

Tal descrição do empresário é apresentada como possível justamente por ele ser tão rico: “Um dos seus luxos é circular sem guarda-costas.”¹²⁶. Mas o texto pondera, afirmando que o bilionário vive de forma bem diferente da maioria dos brasileiros: “Em suma, ‘quer ser suíço, vá para a Suíça’. Ele está há anos em campanha para ser legitimamente bilionário no Brasil. Só que o Brasil dele nunca é exatamente este que está aí.”¹²⁷.

Outros trejeitos próprios de Guilherme podem ser notados na descrição lúdica, escrita com alguma incursão ou, pelo menos, com ecos do literário:

O prazer que a história da demissão e a poltrona lhe davam naquele instante transparecia no sorriso que, em ocasiões semelhantes, levanta em arco sua sobrancelha direita, transbordando os óculos sisudos de armação escura. Eis um bilionário que considera o dinheiro um ingrediente tão natural das grandes realizações humanas como a essência de priprioca, uma erva perfumada da Amazônia que a Natureza põe em seus frascos.¹²⁸

¹²⁵ Ver anexos, p. 157.

¹²⁶ *Ibidem*, p. 158.

¹²⁷ *Ibidem*, p. 157.

¹²⁸ *Ibidem*, p. 152.

A comparação inusitada entre uma crença de Leal e a essência de uma erva amazônica tem teor de inventividade, aflorando o caráter lúdico da linguagem. Há também exploração de efeitos lúdicos no trecho que revela as superações que Guilherme enfrentou para tornar-se bilionário:

Leal respondeu a Pádua na mesma hora: “É, mas dá para comprar cada brinquedinho!” Brinquedinho, nessa escala de consumo, é jato, helicóptero, lancha e, se possível, toda a paisagem que a vista de suas janelas alcança. Isso é que se chama ir longe, sobretudo quando se começou o currículo de trem.¹²⁹

Além da suposta árdua trajetória do personagem para alcançar o sucesso, o texto traz marcas de sua ansiedade, mesmo que ela seja apresentada com o contraponto do empresário sempre atentar para as questões ecológicas – que movem seu trabalho e vida pessoal. Há também, na referência ao movimento do vice de Marina de apagar o cigarro, uma leve incursão lúdica, não comum nas descrições geralmente feitas no jornalismo convencional.

Mas isso não basta para um empresário que quer ser chamado de “empreendedor”, mesmo quando seu empreendedorismo se reduz a pura ansiedade e ele é apanhado em flagrante andando de um lado para o outro por causa de um pequeno atraso em sua comitiva. “Empreendedor tem que ser assim”, ele esclarece. Ultimamente, depois de sete anos de abstinência, voltou a fumar. E, com o tempo curto até para isso, depois de duas ou três tragadas num Dunhill escuro, esmaga a brasa até apagar o menor lume e enfia a bagana no bolso do paletó de caxemira, para não deixar nada no chão.¹³⁰

As características do vice de Serra são apresentadas logo no início do texto, com marcas próprias de uma narrativa literária. A narração do episódio

¹²⁹ Ver anexos, p. 152.

¹³⁰ *Ibidem*, p. 158.

específico da lâmpada queimada é aparentemente desimportante para construção do perfil, mas pode revelar traços da “personalidade” de Indio:

Indio da Costa é alto e magro, tem a pele morena e os cabelos negros bem curtos. Havendo motivo ou não, sorri quase todo o tempo. Aparenta menos que seus 39 anos. Nesse 11º dia desde sua investidura como candidato a vice de José Serra, vestia mocassins marrons, jeans e camisa social branca sem um amassadinho, apesar de ter estado toda a manhã em campanha. Cumprimentou os assessores de plantão no domingo, distribuiu tapinhas nas costas e apertos de mão, e deu uma geral no ambiente. Logo reparou que uma das lâmpadas estava queimada. Perguntou um tanto contrariado: “Não consertaram isso aqui ainda? Chamem o eletricista, num instante ele dá jeito. Se não, deixa que eu mesmo troco.”¹³¹

A narratividade torna a se destacar, revelando nuances da personalidade de Indio. No trecho, o narrador apresenta o ambiente de trabalho do político como um local novo, em que os detalhes ainda estão sendo acertados, além de expor o perfilado como o centro de seu escritório, onde as ações devem sempre passar por sua autorização. Tudo isso com tom levemente anedótico:

Sentou-se numa cadeira de rodinhas e sentiu-a bamba. “Acho que está faltando um parafuso aqui. Veja se não está aí no chão”, pediu a outro assessor, que logo encontrou a peça. Indio a encaixou e se esparramou com segurança na cadeira. Um motorista entrou na sala para perguntar se podia ir embora. Indio autorizou, mas antes pediu que ele lhe comprasse três Red Bull Light.¹³²

Assim como no perfil de Ricardo Almeida, no de Indio há a exploração de elementos que buscam compor a imagem de sua personalidade, de sua individualidade:

Na manhã seguinte, nos vimos em seu apartamento de Ipanema. Ali, o projeto também é do pai, a decoração da mãe,

¹³¹ Ver anexos, p. 135.

¹³² *Ibidem*, p. 138.

os móveis da firma do irmão, os quadros da irmã Gabriela, artista plástica, e a mesa de jantar em vidro projetada por um primo. No meio da sala fica um enorme aquário – peixes continuam sendo uma das paixões do deputado.¹³³

A possível ligação de Indio com os membros de sua família, que parecem decorar sua casa, também é abordada em seu ambiente de trabalho, de forma sucinta, com caráter descritivo, em que se destaca a plasticidade dos elementos:

A decoração, em tons de amarelo e laranja, leva a assinatura da mãe, a decoradora Ana Maria, enquanto parte dos móveis foi projetada pelo irmão, o designer Guto Indio da Costa. As paredes e portas foram substituídas por imensos painéis de vidro.¹³⁴

Um detalhe narrativo, aparentemente desimportante, colabora para a composição da figura do perfilado com associação ao seu momento político:

Terminado o jantar, Antônio Pedro Indio da Costa pediu ao garçom que lhe trouxesse um chá. Antes de tomá-lo, colocou duas pedras de gelo na xícara, e explicou. “Estou com uma afta na parte interna da bochecha.” Poderia ser estresse diante da proximidade das eleições? “Estresse?”, retorqui espantado. “Eu sonhava em voltar para o Executivo e acabo de ser escolhido vice-presidente de um candidato que admiro muito. Eu não tenho o menor direito de ter estresse.”¹³⁵

No perfil de Varella, todo o texto é pontuado pela exaltação dos méritos do perfilado, como já no início do primeiro capítulo: “Segundo colocado no vestibular de Medicina da Universidade de São Paulo, o mais difícil de entrar na época, Drauzio logo começou a dar aulas no cursinho do 9 de Julho, onde estudou e era o melhor aluno, para custear suas despesas na faculdade.”¹³⁶. A

¹³³ Ver anexos, p. 148.

¹³⁴ *Ibidem*, p. 135.

¹³⁵ *Ibidem*, p. 150.

¹³⁶ *Ibidem*, p. 106.

descrição do ambiente de trabalho também atua na caracterização do personagem, que recebe uma adjetivação metaforicamente rica:

Em seu franciscano consultório no terceiro andar do prédio, em frente à entrada principal do Hospital Sírio-Libanês, na região central de São Paulo, um dos seus muitos locais de trabalho. Aos 67 anos, o doutor Drauzio Varella é um personagem asséptico e atípico. À primeira vista, nada nele chama a atenção. Nem a roupa, nem qualquer acessório que possa identificar sua profissão. Dispensamo-me descrever como ele é. Sua figura calva, magra e serena, todo o País conhece das noites de domingo na TV Globo, onde as séries médicas por ele apresentadas no Fantástico são campeãs de audiência desde a estreia, há dez anos.¹³⁷

Apesar de toda a glorificação do personagem, o texto explora a convivência do heróico com o trivial, implicitamente elegida na menção ao despojamento dos hábitos do perfilado:

Com alma de repórter, no final do trabalho de cada dia com os pesquisadores, o médico vai tomar uma cervejinha no primeiro boteco que encontra e fica ouvindo as histórias dos nativos.¹³⁸

5.3 Lúdico ou Literário?

A linguagem metafórica é utilizada tanto na literatura, como aspecto de franca exploração do simbólico, quanto no jornalismo, para facilitar e, muitas vezes, complementar a transmissão de informações ao leitor. Como citado anteriormente, na linguagem cotidiana não é rara a presença do metafórico, assim como não estão ausentes jogos verbais, com finalidade puramente lúdica.

Retomando o que já dissemos no primeiro capítulo, o que diferencia o texto literário de textos de outra natureza não é a simples presença de

¹³⁷ Ver anexos, p. 105.

¹³⁸ *Ibidem*, p. 118.

atributos lingüísticos como metáforas ou jogos fonéticos, mas a forma como são combinados, de modo a criarem na obra uma *literariedade*. Grande parte dos textos de nosso *corpus* está repleta de metáforas e de algumas incursões lingüísticas de teor lúdico-metafórico.

No trecho do perfil de Ricardo Almeida que compara seu atendimento aos clientes com carros de marca, comparece o carácter metalingüístico que identifica o próprio uso metafórico:

Tem cinco ou seis motos. Atualmente, tem preferido duas delas: uma Daytona e uma Buell. Duas rodas com pedigree. A metáfora dos motores serve para definir sua clientela: "Tem gente que compra Mercedes, tem gente que compra um carro popular. Quanto melhor a qualidade, mais caro o produto". Ricardo só usa tecidos importados. Os italianos são os favoritos. Para portar um costume com sua etiqueta, é necessário desembolsar no mínimo dois mil reais. Um terno sob medida sai por volta de quatro mil reais. ¹³⁹

Outras metáforas aparecem no texto, mas, no geral, são bastante triviais e, principalmente, desgastadas pela linguagem cotidiana, como "A mesa de sinuca é a estrela do salão"¹⁴⁰, "As celebridades que começaram a pipocar nas passarelas e na plateia de Ricardo Almeida levantaram o moral da grife."¹⁴¹, ou ainda "com um desfile que aconteceu no bosque do Parque do Ibirapuera, embalado por um coral"¹⁴².

No perfil de Índio da Costa o factual se tingue de certas graças do literário-ficcional, mas de forma episódica. "Instado a elencar suas credenciais para assumir a chefia da nação em caso de impedimento do titular, Índio da Costa reclinou-se na cadeira e respondeu em tom casual: 'O Lula(...)'"¹⁴³. Em

¹³⁹ Ver anexo, p.101. Grifos por nós.

¹⁴⁰ *Ibidem*, p.100. *Ibidem*.

¹⁴¹ *Ibidem*, p.103. *Ibidem*.

¹⁴² *Ibidem*, *Ibidem*. *Ibidem*.

¹⁴³ *Ibidem*, p.139. *Ibidem*.

outro segmento da narrativa, há a utilização de metáforas gastas, como “poderia ser uma boa jogada de marketing na composição da chapa.”¹⁴⁴, ou “O acordo foi selado na casa do presidencialível tucano no bairro de Alto de Pinheiros.”¹⁴⁵, ou ainda: “deixou uma penca de inimigos na Câmara Municipal”¹⁴⁶.

Há também metáforas mais “requintadas”, como a que foi utilizada para comentar a confusão que o político causou na imprensa. A graça da metáfora incide sobre episódios passados da vida do perfilado: “Na mesma semana, Índio da Costa provocava uma barulheira de banda de garagem ao acusar o PT de ter ligação com as Forças Armadas Revolucionárias da Colômbia, e as Farc, por sua vez, de terem ligação com o tráfico de drogas no Rio.”¹⁴⁷. Outra metáfora também busca dar ênfase ao suspense criado pela narrativa: “Seguiram-se 72 horas de insônia generalizada da oposição.”¹⁴⁸.

No seguinte trecho, mescla-se a linguagem coloquial e a metafórica. Esta última, apesar do teor imaginativo, está a serviço sobretudo da comunicabilidade jornalística:

Foi com o banzé armado que Sérgio Guerra desembarcou no Rio acompanhado do deputado Jutahy Magalhães Junior, da Bahia. O encontro com Rodrigo Maia se deu numa sala reservada do aeroporto Santos Dumont e foi tão desastroso quanto o empate zero a zero com Portugal. “Perdi o controle”, admitiu o presidente do dem. “Xinguei-os de todos os palavrões.” A discussão ameaçou descarrilhar quando Maia colocou o dedo na cara de Jutahy.¹⁴⁹

¹⁴⁴ Ver anexos, p.139. Grifos por nós.

¹⁴⁵ *Ibidem, Ibidem. Ibidem.*

¹⁴⁶ *Ibidem*, p.145. *Ibidem.*

¹⁴⁷ *Ibidem*, p.149. *Ibidem.*

¹⁴⁸ *Ibidem*, p.141. *Ibidem.*

¹⁴⁹ *Ibidem*, p.141. *Ibidem.*

Na reportagem-perfil de Drauzio Varella, um segmento descreve o ambiente como uma exploração franca do simbólico, de algo que o personagem faria no futuro: Drauzio está refletindo de que forma poderia trazer para o Brasil as informações sobre a AIDS: "Batia uma luz muito bonita no lugar onde ele pensava no que faria, na volta ao Brasil, para contar a todos o que viu no congresso."¹⁵⁰.

Explica-se a ambiguidade na utilização da semelhança vocabular "Por isso, ele trocou os presos pelas presas. Faz quatro anos que Drauzio atende todas as manhãs de segunda-feira na Penitenciária do Estado, que agora é feminina."¹⁵¹. *Presas*, permite a convivência de dois significados: o primeiro seria o de amarras, o outro de mulheres aprisionadas. O médico teria trocado os presos pela metódica rotina de atender as mulheres nas manhãs de segunda-feira.

Mariangela Bordon foi criada em uma fazenda de gado e cresceu em contato com bois. Mais tarde, tornou-se dona de uma duas empresas de cosméticos femininos. O perfil da empresária explora o contraste entre o boi/rusticidade, contra os cosméticos/mundo da delicadeza, o que comparece no segmento: "Em uma de suas viagens para a França, a mignon, porém enérgica filha de Geraldo Bordon, conheceu os benefícios de um creme para o cabelo feito à base de tutano de boi e decidiu recriá-lo no Brasil."¹⁵². *Mignon* seria uma alusão à forma física da perfilada, pequena e frágil, mas também é referência à carne de boi.

Diversas metáforas comparecem ao perfil de Antonio Luiz, especialmente para se referir à hidrelétrica Itaipu:

¹⁵⁰ Ver anexos, p.108. Grifos por nós

¹⁵¹ *Ibidem*, p.112. *Ibidem*.

¹⁵² *Ibidem*, p.97.

Antônio é leitorista de Itaipu. Ou seja, confere milhares de registros embutidos em pontos-chaves da muralha. Como um endoscópio falante, de capacete na cabeça e planilha nas mãos, no mínimo três vezes por semana ele examina as entranhas da represa, tendo de um lado o reservatório com 29 bilhões de metros cúbicos de água e vinte tubos com 10,5 metros de diâmetro que envolvem o arcabouço de concreto¹⁵³

As impressões do narrador se dão de forma metafórica, compondo o efeito de que está seguindo o engenheiro. Ao buscar conhecer por dentro os túneis da represa, o narrador descreve-a com certo gracejo humorístico: “De improviso, não é fácil achar o que dizer daquela mistura de escuridão de catacumba com pé-direito de nave gótica e curvas modernistas.”¹⁵⁴. E, mais à frente: “Não deve ser nada bom estar lá por sua conta e risco”¹⁵⁵. O tom anedótico se mantém nas descrições de dentro da hidrelétrica, marcando impressões do narrador a respeito do ambiente:

Manchas verdes de limo deram sinal de vida nos cantos mais remotos do concreto. Ao surgirem, foram examinadas em laboratório, por temor de que as algas tivessem propriedades corrosivas, como as do mexilhão. Provaram-se inócuas. E acabaram deixadas onde estão - como um toque involuntário de vanguardismo estético, a chegada do estilo green-wall às profundezas de Itaipu - as paredes vivas que passaram a fazer parte do cardápio de arquitetos estrelados.¹⁵⁶

O perfil que apresentaria maior “incursão literária”, pelo menos em alguns trechos, é o de Guilherme Leal. O texto se inicia com um jogo verbal de oposição semântica de adjetivos: “O empresário Guilherme Peirão Leal, candidato a vice-presidente de Marina Silva, deve aos piores vícios da política

¹⁵³ Ver anexo, p.123. Grifos por nós.

¹⁵⁴ *Ibidem*, p.126.

¹⁵⁵ *Ibidem*, *Ibidem*.

¹⁵⁶ *Ibidem*, p.127.

brasileira seus melhores superlativos.”¹⁵⁷. Tal teor de oposição é comparece em outro período do texto:

No fim da década de 90, ao mesmo tempo em que mastodontes de aço e quilômetros de vias férreas evaporavam sem deixar rastro, Guilherme Leal, como sócio da Natura, tornava cada vez mais sólida sua presença numa indústria essencialmente volátil.¹⁵⁸

Mobilizam-se metáforas com distintos efeitos ao longo do perfil, desde as mais comuns, de tom coloquial, como “Foi dela que veio o empurrão inaugural para a carreira”¹⁵⁹, às que remetem à concretude de sua atividade profissional, como em: “ele era chamado de ‘Dr. Guilherme’, chefiava 600 pessoas e não podia virar as costas do gabinete em viagens de inspeção sem, na volta, três dias depois, encontrar a mesa coberta de papéis.”.

Ao descrever o avião particular de Guilherme, o narrador recorre novamente às metáforas: “O jatinho executivo de 14 lugares, fabricado pela Embraer e cotado em 23 milhões de dólares, cheira a couro novo.”¹⁶⁰. O cheiro do couro metaforiza um teor de sentido mais amplo, sugerindo a novidade de uma empreitada política.

O narrador faz uso expressivo de verbos com função metafórica em diversas passagens, como em: “Largou aos 30 anos a presidência de uma indústria farmacêutica no Rio de Janeiro, roeu todo seu patrimônio estudando biologia, desde o bê-á-bá ao doutorado na Flórida...”¹⁶¹, e também em

¹⁵⁷ Ver anexo, p.151. Grifos por nós.

¹⁵⁸ *Ibdem*, p.153. *Ibdem*.

¹⁵⁹ *Ibdem*, p.151. *Ibdem*.

¹⁶⁰ *Ibdem*, p.152. *Ibdem*.

¹⁶¹ *Ibdem*, *Ibdem*. *Ibdem*.

“Operava as sobras de estradas de ferro privadas, que transbordavam as fronteiras do estado para Minas Gerais e Goiás”¹⁶².

O requinte metafórico se mantém em todo texto. No trecho a respeito do fim da FEPASA, a metáfora “fim de linha” casa-se perfeitamente com o assunto: “A Fepasa era uma estatal em fim de linha quando a mudança do governo paulista demitiu Leal.”¹⁶³. Outra metáfora que se ajusta perfeitamente ao assunto é “O Ipê está ganhando um campus novinho em folha em Nazaré Paulista”, uma vez que a proposta dessa ONG é ambientalista.

Nota-se, pois, aderente ao lúdico, o uso criativo do material verbal, como no trecho em que, se faz menção aos hábitos dos micos: “ao constatar que era inútil conhecer passo a passo a intimidade dos micos-leões-pretos enquanto se esvai a floresta onde eles vivem no Morro do Diabo”¹⁶⁴. A passagem que mostra o fim da ferrovia estatal também carrega características de inventividade: “Acabaria engolida pela Rede Ferroviária Federal, que pilotou o seu desmanche, antes que ela mesma virasse sucata no apogeu político das privatizações.”¹⁶⁵. Outra “saída criativa” para a narratividade se dá no trecho: “O próprio Schmidheiny mudou mais do que o capitalismo e o comunismo juntos.”¹⁶⁶

O uso metafórico de “pedigree” no perfil de Ricardo Almeida existe também no texto de Guilherme Leal, com a mesma intenção de valorizar o ambiente:

¹⁶² Ver anexos, p. 152. Grifos por nós.

¹⁶³ *Ibdem, Ibdem. Ibdem.*

¹⁶⁴ *Ibdem, Ibdem. Ibdem.*

¹⁶⁵ *Ibdem, Ibdem. Ibdem.*

¹⁶⁶ *Ibdem, p.162. Ibdem.*

Os hortos da Fepasa têm pedigree ilustre. Serviram de trincheira, no início do século xx, às primeiras experiências botânicas com o intuito de substituir a madeira nativa que não supriria indefinidamente de lenha para as fornalhas e dormentes para os trilhos. Naquela época, progresso só andava de trem, puxado a maria-fumaça.¹⁶⁷

O metafórico faz reconhecer mesmo procedimentos comuns à poesia: “Mas o Brasil que estava liquidando seus trens na bacia das almas era o mesmo que, em três décadas, viraria um dos três maiores mercados do mundo no ramo dos cosméticos.”¹⁶⁸.

Há, também, exploração da rima, comum à linguagem poética, no nome do perfilado: “Estava nascendo o Guilherme “real” que semanas atrás, já na campanha de Marina Silva, foi ao subúrbio de Vigário Geral”¹⁶⁹.

5.4 As múltiplas facetas dos perfilados

Embora os perfis de nosso *corpus* abordarem uma pessoa específica, alguns trazem pequenos episódios da vida de outras personalidades que contribuam para o fio condutor da narrativa ou para caracterização dos perfilados. O narrador, ou narradores, deixa a impressão de que, além de seguir o perfilado por muito tempo, colhendo dados informativos, procurou outras pessoas que pudessem enriquecer o relato.

No perfil de Indio da Costa, por exemplo, a história de como ele se tornou candidato a vice-presidente da chapa de José Serra desenvolve-se sem nem citar o perfilado. Outras personalidades, como o próprio José Serra, Aécio Neves, Kassab, Roberto Jefferson, Sérgio Guerra e tantos outros, comparecem

¹⁶⁷ Ver anexo, p.153. Grifos por nós.

¹⁶⁸ *Ibidem, Ibidem. Ibidem*

¹⁶⁹ *Ibidem, p.157. Ibidem*

para permitir ao leitor a compreensão de trâmites políticos que envolvem PSDB, PTB e DEM:

Os partidos da coligação com o psdb tomaram conhecimento da escolha do paranaense na manhã seguinte, pouco antes do segundo jogo do Brasil. O primeiro telefonema dado por Sérgio Guerra foi para Roberto Freire, do pps, que concordou. Em seguida, foi a vez de Roberto Jefferson, do ptb, que, naquele momento, passeava de moto em Juiz de Fora, Minas Gerais. Guerra pretendia comunicar a novidade pessoalmente a Rodrigo Maia e se programou para viajar ao Rio, logo depois de o juiz soar o apito final de Brasil X Portugal. Não teve tempo. Roberto Jefferson estacionou a moto num posto de gasolina e postou, ligeirinho, no seu Twitter: "Alvaro Dias será o vice de Serra. Fui." Segundos depois o telefone tocou na casa de um dos assessores de Sérgio Guerra. A pergunta do outro lado da linha foi: "Você está vendo o jogo? Pois então esquece. O jogo acabou pra você. O senador quer todo mundo a postos pra apagar o incêndio."¹⁷⁰

Apesar de entrarem outras fontes ao longo do texto, no perfil de Indio a marca própria narratividade parece se manter mesmo nesses períodos, como pode-se notar na passagem abaixo:

O helicóptero do candidato tucano acabara de aterrissar no aeroporto de Cumbica, retornando de um evento político que se alongara, quando Serra atendeu a chamada de Heráclito. "Ele simplesmente não acreditou no que eu disse", lembrou o senador. Com Kassab e Maia já a caminho de um encontro madrugada adentro com Serra, outro jatinho decolava para Belo Horizonte, afim de buscar Aécio Neves. O grupo se reuniu até as cinco da manhã. Tentavam chegar a um nome de consenso.¹⁷¹

Para explorar sobre Itaipu, no perfil de Antonio Luz, o narrador afirma que teve na usina semanas depois e foi acompanhado por outro guia em túneis da hidrelétrica: "Se furarmos nesse ponto uns 15 metros, vamos sair

¹⁷⁰ Ver anexos, p.140. Grifos por nós.

¹⁷¹ *Ibdem*, p.142. *Ibdem*.

no fundo da represa', diria algumas semanas depois o leitorista José Antônio Zanutto Ribeiro. Ali o ar é sempre nevoento e frio"¹⁷²

Guilherme Leal é descrito sob a suposta perspectiva de alguns de seus funcionários, buscando convencer-nos do quão exigente é em seu trabalho:

Do alto de sua própria agência, a mc Comunicações, e de tantos anos de relação com Guilherme Leal que dá para chamar de "amizade", Marisa se arrisca a resumir seu temperamento – "muito intenso, muito exigente e muito brabo" – como de "um geniozinho do cão". Provou-o na estreia da linha Chronos.¹⁷³

E Marisa não teria sido a única entrevistada para compor o perfil de Leal. Servem os testemunhos de outros amigos e colegas de profissão do bilionário, para, de alguma forma, revelar outras facetas que não puderam ser captadas pelas entrevistas feitas entre jornalista e perfilado.

O perfil de Hoffmann é interrompido em somente um ponto: para dar o testemunho de sua esposa sobre um fato do passado. Na composição do texto, parece que ela estava ao lado do alemão no momento da entrevista do jornalista:

Liselotte intervém, para acrescentar um dado que reitera o ambiente de safári, encontrado pelo marido: "Quando aceitou trabalhar nessa obra, ele fez um seguro de vida. Lembro que o corretor colocou embaixo da porta de casa várias apólices, aumentando o valor do seguro. Isso para mim foi um péssimo sinal".¹⁷⁴

A necessidade de entrevistar outras fontes para a configuração textual é uma característica típica do jornalismo, raramente utilizada na gênese literária. No jornalismo, o repórter, necessitando se ater a fatos "reais", acaba condicionado à observação factual de características da pessoa que está

¹⁷² Ver anexos, p.128. Grifos por nós.

¹⁷³ *Ibidem*, p.157. *Ibidem*.

¹⁷⁴ *Ibidem*, p.120. *Ibidem*.

perfilando. Na literatura, por sua vez, o personagem é constituído puramente de palavras; suas ações e características são dadas conforme a imaginação do escritor-ficcionista.

ÚLTIMAS CONSIDERAÇÕES: Nem tudo que reluz é ouro

Avaliando o *corpus* foi possível comprovar que todos os perfis dão ênfase à narratividade, alguns em maior grau que outros. Há também, em todos os textos, a exploração do metafórico e, episodicamente, jogos verbais na dimensão sonora. Tais características são, de certa forma, emprestadas da tradição literária. Contudo, não podemos deixar de ressaltar que esses atributos não são exclusivos da literatura, podendo estar presentes na oralidade cotidiana, na linguagem publicitária, ou na imagético-textual, como no caso das histórias em quadrinhos.

A exploração da narratividade e o uso de metáforas de forma apropriada ao aspecto semântico parecem conferir a marca de “qualidade” textual ao jornalístico. De um modo geral, os perfis analisados condizem com a noção de um “jornalismo de qualidade” no manejo verbal. Pelas mesmas características, é possível diferenciá-los do jornalismo convencional, habitualmente estampado nas revistas semanais e jornais diários.

Entretanto, a presença do metafórico, na maioria das vezes, está mais à serviço da comunicabilidade jornalística e não da transfiguração literária. A narratividade é muito presente em todos os textos, no entanto, se por um lado não é ela o que caracteriza plenamente a literatura, por outro os textos não se entregam plenamente à *literariedade*. Esta comparece de modo residual, episódico. Apesar de todos os textos serem assinados, praticamente não há marcas estilísticas autorais nas reportagens. Em outros termos: exploram-se a narratividade, as metáforas e até mesmo alguns raros jogos verbais, mas nem por isso podemos dizer que a *literariedade* esteja suficientemente desenvolvida nos textos avaliados.

Por ser composto de reportagens-perfil, nosso *corpus* destaca, necessariamente, a figura humana. Nesse tipo de texto, evita-se abstrair as personificações, uma vez que as descrições do perfilado necessitam de associação com a realidade factual, para serem consideradas *jornalismo*. Portanto, o factual não pode ceder à fabulação, tomados que são pela exigência da veracidade.

Nos textos avaliados, quando há exaltação das qualidades dos perfilados, o narrador acaba por situá-los mais próximos a personagens literários. É o caso dos perfis de Mariangela, Drauzio, Hoffmann, Ricardo Almeida e quase todos os outros, em que os atributos dos perfilados comparecem de forma exacerbada, muitas vezes idealizada, conduzindo-as à imagem do herói. Por outro lado, a retratação não se torna transfiguradora a ponto de deslocá-los da imagem da realidade concreta. A caracterização muitas vezes, mais do que a narração de uma trajetória, é uma mera descrição de qualidades.

A ABJL postula que jornalismo literário é uma realização textual que apresente narratividade, "humanização do relato", presença de metáforas; uma escrita "leve", diferentemente dos textos "burocráticos e entediante" do jornalismo convencional. Os sete textos do *corpus* contam histórias de vida, no geral narradas com graça informativa, na construção lúdica e de teor anedótico. Além disso, apresentam uma incidência grande de metáforas e afinidades com procedimentos narrativos próprios da escrita ficcional. Sendo assim, nosso *corpus* atende aos "requisitos" da ABJL para ser considerado jornalístico-literário.

Por outro lado, como dissemos, a literariedade dá-se em graus bastante modestos, ou seja, de forma residual. Trata-se de ocorrências episódicas da

linguagem literária, encontrados no componente metafórico. São ecos literários, que estão presentes de forma pontual. Ao mesmo tempo, raramente apontam para um estilo, no sentido de escrita individualizada e inconfundível, atributo requerido na tradição da chamada "alta literatura". São narrações lúdicas, mas pouco literárias.

Tomando alguns pressupostos de Teoria da Literatura, nos sete textos do gênero perfil selecionados por nós, o adjetivo *literário* não seria o mais adequado para caracterizar essa prática do jornalismo especializado, pois ele aparece fundamentalmente de modo residual. Os perfis são textos jornalísticos, que parecem possuir, no máximo, uma espécie de verniz literário.

Se, por um lado, a ABJL consideraria os textos do nosso corpus de pesquisa como do jornalismo literário, por apresentarem narratividade, humanização dos relatos e grande uso de metáforas, por outro, quando os textos são submetidos a avaliação vinda da literatura, percebe-se que o adjetivo literário não seria o mais adequado para classificá-los.

Portanto, nossa pesquisa aponta para o fato de que o adjetivo literário é usado pelos pesquisadores de comunicação sem a verificação correta do termo e que seria preciso outra denominação para esse gênero do jornalismo especializado.

REFERÊNCIAS

BOAS, Sergio Vilas (Org.). **Jornalistas Literários**: Narrativas da Vida Real por Novos Autores Brasileiros. São Paulo: Summus Editorial, 2007.

_____. **Biografismo – Reflexões Sobre as Escritas da Vida**. São Paulo: Editora UNESP, 2008.

_____. **O Estilo Magazine – o Texto em Revista**. São Paulo: Summus, 1996

_____. **Perfis**: e como escrevê-los. São Paulo: Summus, 2003.

BULHÕES, Marcelo. **Jornalismo e Literatura em Convergência**. São Paulo: Ática, 2007.

BROCA, Brito. **A Vida Literária no Brasil – 1900**. Rio de Janeiro: Departamento de Imprensa Nacional, 1956.

COSTA, Cristiane. **Pena de Aluguel**: Escritores e Jornalistas no Brasil 1904-2004. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.

CASTRO, Gustavo de & GALEANO, Alex. (orgs.). **Jornalismo e Literatura**: a Sedução da Palavra. São Paulo: Escrituras, 2002.

ECO, Umberto. **Apocalípticos e Integrados**. São Paulo: Perspectiva, 2008.

FARO, J.S. **Revista Realidade, 1966-1968:** Tempo de Reportagem na Imprensa Brasileira. Porto Alegre: AGE, 1999.

LIMA, Edvaldo Pereira. **Páginas Ampliadas:** O Livro Reportagem como Extensão do Jornalismo e da Literatura. Barueri: Manole, 2009.

LIMA, Luis Costa. **Teoria da Literatura e suas fontes.** Volume II. Rio de Janeiro: Francisco Alvez, 1983.

MEGALE, Heitor. **Elementos de Teoria Literária.** São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1974

MELO, José Marques de. **Teoria do Jornalismo:** Identidades Brasileiras. São Paulo: Paulus, 2006.

MOISÉS, Massaud. **A análise literária.** São Paulo: Cultrix, 1996.

PENA, Felipe. **Jornalismo Literário.** São Paulo: Contexto, 2005.

POMORSKA, Krystyna. **Formalismo e Futurismo.** São Paulo: Perspectiva, 1972.

PROENÇA FILHO, Domício. **A linguagem literária.** São Paulo: Ática, 1990.

SILVA, Vitor Manuel de Aguiar e. **Teoria da Literatura.** Coimbra: Almedina, 1968.

SILVEIRA, Joel. **A Feijoada Que Derrubou o Governo**. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.

_____. **A milésima segunda noite da Avenida Paulista**. São Paulo: Companhia das Letras, 2003.

SODRÉ, Nelson Werneck. **Historia da Imprensa no Brasil**. Rio de Janeiro: Mauad, 1999.

SOUZA, Roberto Acízelo de. **Teoria da Literatura**. São Paulo: Ática, 2007

TALESE, Gay. **Fama & Anonimato: o Lado Oculto das Celebidades, a Fascinante Vida de Pessoas Desconhecidas e um Inusitado Perfil de Nova York, por um Mestre da Reportagem**. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.

TOLEDO, Dionísio de Oliveira (org.). **Teoria da Literatura: formalistas russos**. Porto Alegre: Globo, 1976.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo - Porque as Notícias São como São**. Florianópolis: Insular, 2004.

_____. **Teorias do Jornalismo - A Tribo Jornalística: uma Comunidade Interpretativa Transnacional**. Florianópolis: Insular, 2005.

REIS, Carlos & LOPES, Ana Cristina M. **Dicionário de teoria da narrativa**. São Paulo: Ática, 1988.

WELLEK, René & WARREN, Austin. **Teoria da literatura e metodologia dos estudos literários**. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

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

Sitiografia:

ABJL - **Academia Brasileira de Educação e Jornalismo Literário**. Disponível em: <<http://www.abjl.org.br>>. Acessado em: 07 de julho de 2010, às 11h52.

Revista Brasileiros. Disponível em <<http://www.revistabrasileiros.com.br>>. Acessado em: 20 de outubro de 2010, às 01h33

Editora Abril. Disponível em <<http://www.assineabril.com.br>>. Acessado em: 20 de outubro de 2010, às 01h35.

Revista Piauí. Disponível em <<http://www.revistapiaui.com.br>>. Acessado em: 20 de outubro de 2010, às 01h28

Corpus de Análise:

ARTIGAS, Laura. O rei do costume. **Brasileiros**, São Paulo, nº 37, p. 68-71, agosto 2010.

CORRÊA, Marcos Sá. A arte de se livrar de um emprego ruim. **Piauí**. Rio de Janeiro, ano 4, edição 48, p. 18 – 25, setembro de 2010.

DIEGUEZ, Consuelo. Ego nas alturas. **Piauí**. Rio de Janeiro, ano 4, edição 47, p. 28 – 32, agosto de 2010.

KOTSCHO, Ricardo. O (ainda) fumante Ricardo Kotscho entrevista... O antifumante radical Drauzio Varela. **Brasileiros**, São Paulo, nº 38, p. 44 - 53, setembro 2010.

MELLO, Hélio Campos. Um alemão no caminho. **Brasileiros**, São Paulo, nº 38, p. 78 – 81, setembro 2010.

MOURA, Giedre. Bela mulher, bela empresa. **Brasileiros**, São Paulo, nº 36, p. 92 – 94, julho 2010.

CORRÊA, Marcos Sá. Há luz no fundo de Itaipu. **Piauí**. Rio de Janeiro, ano 4, edição 46, p. 48 – 51, julho de 2010.

ANEXO A – Perfil Mariangela Bordon

Brasileiros, Número 36 – Julho de 2010

BELA MULHER, BELA EMPRESA

Mariangela Bordon, das brincadeiras de cabeleireira
ao sucesso da OX e, agora, da Eos

GIEDRE MOURA

A indústria de cosméticos brasileira vive um dos melhores momentos de sua história. Ao longo da última década, galgou mais de dez posições e aparece entre os quatro maiores e mais importantes mercados de beleza do mundo. A diversidade de produtos para o cabelo e para o corpo é imensa, novidades surgem todos os dias. Foi se debruçando sobre esse universo que a executiva Mariangela Bordon conquistou sua independência, fez sua fortuna e é considerada uma das mais importantes e inovadoras empresárias do segmento de higiene e beleza do Brasil.

Há três anos à frente da marca Eos Cosméticos, Mariangela tornou-se uma executiva de sucesso com a marca OX, empresa que vendeu em 2004. Nas mãos de Mariangela, a OX faturou milhões e chegou a ter mais de 500 produtos no catálogo. Curioso é saber que a OX surgiu quase que em extensão das brincadeiras de cabeleireira que a executiva protagonizava na adolescência ao lado das primas e irmãs na fazenda da família, região de Campinas, interior de São Paulo.

Bem nascida, filha de Geraldo Bordon, um grande empreendedor da área de carnes que esteve à frente, por décadas, ao lado dos homens da família, das operações do frigorífico Bordon, um dos mais importantes do Brasil, Mariangela cresceu ouvindo um ditado: "Do boi só não se aproveita o berro". No entanto, naquele universo tipicamente masculino dos negócios que envolvem gados e fazendas, Mariangela nunca seria bem aceita. "De mulher trabalhando no frigorífico, só faxineiras e secretárias. Naquele negócio e naquela época não havia o menor espaço para alguém do sexo feminino", recorda.

Precisar trabalhar para o seu sustento, Mariangela, de fato, não precisava, mas o DNA do empreendedorismo soou forte e ela não demorou muito a descobrir uma forma de também fazer com que o ditado do universo bovino fosse colocado, de maneira mais feminina, em prática. Em uma de suas viagens para a França, a mignon, porém enérgica filha de Geraldo Bordon, conheceu os benefícios de um creme para o cabelo feito à base de tutano de boi e decidiu recriá-lo no Brasil. "A OX surgiu sem grandes planos no início, na cozinha da fazenda, com a minha mãe me ajudando e a minha filha participando como se fosse uma brincadeira", recorda. A matéria-prima não era problema, havia em abundância na fazenda, mas o cheiro forte e desagradável era um grande empecilho para o desenvolvimento do primeiro produto cosmético à base de tutano de boi no mercado brasileiro. Foi só com inúmeras tentativas e com a contratação do trabalho de um químico que Mariangela criou, em 2003, o primeiro produto da empresa, batizou a marca com o nome de OX, boi em inglês, e em menos de dez anos construiu uma marca milionária que foi vendida para o Grupo Bertin.

Exausta, com dinheiro o suficiente para não precisar mais trabalhar, Mariangela pensou que teria um longo período sabático pela frente, mas a pausa, de fato, não durou mais que quatro meses. O pai faleceu logo após o negócio ser concretizado, Mariangela também perdeu um de seus irmãos e, já como uma profunda conhecedora dos assuntos da beleza, decidiu escrever e publicar um livro - *Que Cabelo é Esse?* - que a entretreu por um ano. Mal terminou o livro, se viu envolvida com a criação de uma nova linha de produtos, mas dessa vez com um apelo alinhado aos desejos atuais dos consumidores mais exigentes: produtos com ativos naturais, que utilizam propriedades únicas da água e assim nasceu, em 2007, a Eos Cosméticos, com uma linha de 120 produtos, totalmente idealizados por Mariangela. Enquanto a OX nas mãos dos novos donos se voltou para a classe C, a Eos, que conta com uma loja-conceito na região do sofisticado bairro dos Jardins, em São Paulo, atende a um público mais abastado e exigente. O xampu, por exemplo, tem preço médio de 18 reais o frasco.

Para fazer a nova empreitada decolar, Mariangela está imersa em um amplo trabalho de disseminação e distribuição da marca. Atualmente, seus produtos

estão presentes em 400 pontos de venda e ela pretende chegar, em breve, a mil. "Tem sido um processo mais lento, lancei a Eos em período de crise mundial, o modelo que foi inicialmente pensado não se mostrou o mais adequado, temos uma grande problemática na tributação dos produtos no Estado de São Paulo, mas estamos conseguindo uma ampla aceitação. Quem experimenta gosta e volta a comprar".

Mas as dificuldades e as necessidades de ajustes não desanimam Mariangela. Seu nome no mercado é sinônimo de fibra e inovação. Por essas qualidades, embora a Eos não tenha atingido ainda o patamar da OX, Mariangela já começa, novamente, a ser sondada por empresas interessadas em comprar a marca que, por enquanto, não pensa em vender.

Dona de olhos verdes que contrastam com o tom escuro e brilhante de cabelos que são, sem dúvida alguma, a melhor propaganda de seus produtos, Mariangela, aos 52 anos, é uma mulher belíssima, de gestos firmes, bem-sucedida e mãe de uma única filha, Júlia, que, por enquanto, tem preferido às artes aos negócios. Mariangela não esconde que muitas vezes se sente exausta. O que tenta fazer é buscar algum equilíbrio. Embora a genética a tenha visivelmente favorecido, acorda cedo, corre, cavalga, cuida da alimentação, faz uso de todo o poderio da cosmética que bem conhece e está prestes a se submeter a sua primeira cirurgia plástica. "Chega uma hora que não tem jeito. Confesso que não é fácil envelhecer, mas é preciso encontrar outros valores na vida que não sejam a efemeridade da beleza." Para reduzir o estresse, também delimitou sua zona de circulação ao máximo ao bairro dos Jardins, onde mora e trabalha. Não pensa em mudar, mas admite: "Está cada vez mais difícil viver em São Paulo".

Mariangela não tem sócios e seu braço direito nos negócios é sua mãe, Eny Bordon, uma senhora de 79 anos que acorda às 6 horas da manhã, trabalha todos os dias até o final da tarde e que possui uma agenda de executiva quase tão intensa quando a da filha. "Foi minha mãe que não me deixou desanimar no momento mais difícil. Logo no início da Eos, nosso estoque pegou fogo e ficamos sem produtos para vender. Foi ela, com sua força e determinação, quem me fez prosseguir". Atualmente, Mariangela e dona Eny comandam o

trabalho de 12 funcionários diretos e mais uma grande equipe de profissionais terceirizados, que inclui toda a rotina da fábrica. "Ela cuida de toda a parte de logística e distribuição, e eu estou à frente da concepção da marca e da criação."

Rica, bonita, criadora voraz e bem-sucedida, Mariangela poderia parar de trabalhar hoje mesmo, mas, embora não faça planos para o futuro e prefira deixar a vida seguir o seu curso, sabe que está longe da hora do sossego. Pode até se sentir cansada em alguns momentos, mas a vida sem trabalho e sem desafio para a filha de um empreendedor nato e de uma trabalhadora incansável certamente seria entediante.

ANEXO B – Perfil Ricardo Almeida

Brasileiros, Número 37 – Agosto de 2010

O REI DO COSTUME

Ricardo Almeida tem sangue de comerciante, é o responsável pelos trajes do presidente Lula e tem faro apurado para descobrir o que os homens querem

LAURA ARTIGAS

Uma das primeiras lições que se aprende conversando com Ricardo Almeida é a definição correta do terno. Paletó e calça são, na verdade, chamados de "costume". Por definição, o terno é composto por três peças. Além da calça e do paletó, há o colete. Essa foi uma entre tantas coisas que o estilista paulistano aprendeu em 27 anos de existência da marca que leva seu nome.

Agora, aos 55 anos, está aprendendo a ser empresário da noite. Está sob seu comando o B4 (lê-se before), um misto de bar e casa noturna inaugurado em 2009. Localizado na Rua Amauri, em São Paulo, o lugar reúne público seletos e endinheirados, disposto a pagar pela exclusividade. Ele já tira a nova atividade de letra. "É cem vezes mais fácil. Confecção é o ramo mais complicado que existe. Tenho certeza absoluta. Além dos muitos impostos, você tem de se preocupar em fazer o produto com o melhor custo-benefício, tem de acertar sempre. A crítica de um veículo de peso pode comprometer a empresa. Além disso, se você demora três meses para entregar, já mudou a estação", ensina com calma algumas contas da complicada equação da moda masculina.

O ateliê de Ricardo Almeida fica no luxuoso bairro da Vila Nova Conceição. Serviu de moradia para o estilista, por isso ele não tem o menor problema em dormir no local de trabalho. Além de cama, banheiro e cozinha bem equipados, o lugar ainda conta com um subsolo adaptado para festas, com direito a patrocínio do uísque Chivas. Ele foi nomeado embaixador da marca de bebidas no Brasil. A mesa de sinuca é a estrela do salão. O jogo entra na lista de passatempos do criador. O *savoir faire* em promover festas recheadas de VIPs virou negócio sério com seu novo empreendimento

noturno. E na B4 lá está a mesa de sinuca. Uma marca registrada, como sua alfaiataria.

A rotina diária de Ricardo Almeida começa a alguns quilômetros dali, com uma visita à fábrica no tradicional bairro do Bom Retiro. De lá, vai até seu ateliê, onde atende pessoalmente os clientes. Não é raro ir buscar seus filhos mais novos de 5 e 6 anos na escola. Depois do expediente, passa no novo empreendimento.

Sua prole é composta de quatro homens e uma mulher, de 29, 27, 22, 6 e 5 anos de idade. "Os dois meninos mais novos (de 5 e 6) são mais ligados em estilo", diz ele. E já usam as criações do pai, feitas especialmente para eles.

Ricardo Almeida faz questão de ser fotografado de costume. Também gostaria de atender todos os clientes assim, porém, o dia a dia é corrido. No momento da entrevista, vestia uma jaqueta de couro surrada, calça jeans e camisa branca. O casaco não é apenas para compor um estilo. Ricardo tem paixão por motociclismo. Tem cinco ou seis motos. Atualmente, tem preferido duas delas: uma Daytona e uma Buell. Duas rodas com pedigree.

A metáfora dos motores serve para definir sua clientela: "Tem gente que compra Mercedes, tem gente que compra um carro popular. Quanto melhor a qualidade, mais caro o produto". Ricardo só usa tecidos importados. Os italianos são os favoritos. Para portar um costume com sua etiqueta, é necessário desembolsar no mínimo dois mil reais. Um terno sob medida sai por volta de quatro mil reais.

O mais notório cliente sob medida é o presidente Luiz Inácio Lula da Silva. "É fácil de resolver. Ele diz suas necessidades e eu vou atrás", responde sem dar mais detalhes do gosto do presidente. A lista inclui homens de diferentes estilos, do roqueiro Supla a seu pai, o senador Eduardo Suplicy. Muitos dos seus clientes célebres já participaram de seus desfiles, entre eles estão os atores Ney Latorraca, Marcelo Antony, o empresário João Paulo Diniz, o fotógrafo J.R. Duran, o apresentador Luciano Huck e o cantor Milton Nascimento. Seu padrinho e grande incentivador na moda foi o editor de moda da revista Playboy durante 10 anos, Fernando de Barros. Ele estreou a

participação de personalidades nos desfiles de Ricardo Almeida. "Foi ovacionado ao entrar na passarela de terno claro, gola da camisa para fora e sandálias nos pés", consta no site oficial do estilista.

A conquista da clientela renomada começou com sua primeira loja no Shopping Morumbi, em São Paulo. A marca nasceu com proposta diferenciada para um homem que gosta de se destacar por seu estilo. Seus primeiros clientes foram os publicitários, naturalmente mais antenados. "Os clientes famosos foram chegando. Eu não tinha estrutura para fazer divulgação", recorda.

O contato com o público talvez seja a grande explicação para seu sucesso. Diferentemente da maioria dos estilistas, ele partiu das vendas e não da criação. Seus pais tinham uma loja de cama, mesa e banho na Rua Augusta, a Casa Almeida Irmãos, que até hoje existe, mas não pertence mais a sua família. O pai ensinou as noções de administração e do funcionamento da empresa: fluxo de caixa, relação com fornecedores e com os clientes. "Desde os 14 anos de idade, eu trabalhava lá", lembra. A vida atrás do balcão era o que o futuro Ihe reservava até então. Contudo, o jovem Ricardo apaixonado por motos queria mesmo era fazer da sua paixão seu trabalho e correr profissionalmente. Desejos conflitantes. Deixou a empresa da família para buscar patrocínio para seu sonho. E assim começa a história de Ricardo Almeida na moda.

Como o mecenas não chegou, ele arrumou emprego como representante comercial de marcas variadas. Em seguida, mudou para uma fábrica de calças. Depois foi para uma camisaria. Atento ao mercado que acompanhava diariamente no tête-à-tête, pediu que acumulasse mais uma função e passou a comprar os tecidos das camisas. "Se eu comprasse tecidos melhores e diferenciados, eu ia vender mais e ganhar mais", relembra, sem soberba.

Na camisaria, aproveitou a abertura dos padrões e passou também a sugerir modelos. Contou com a experiência do baiano Raimundo que Ihe ensinou a fazer moldes. Aprendeu por conta própria. De aprendiz, passou a patrão. Ricardo saiu da camisaria e ficou sócio da marca de calças que trabalhara. Acumulou experiência e viu que era hora de abrir sua própria marca. O ano

era 1983. Começou produzindo para outras marcas conceituadas como Bruno Minelli e Brookfield, entre outras. Aprendeu a fazer moda na prática. "Na época, não tinha faculdade de moda. Eu trabalhava com livros de modelagem importados. A empresa sempre esteve de olho na vanguarda. Fazíamos roupas mais sequinhas, em cores como turquesa e coral.

A decisão de abrir uma loja própria, voltada ao público masculino, aconteceu em meio ao turbilhão econômico dos anos 1980. A inflação galopante gerava prejuízos. "Se os lojistas atrasavam dez dias para pagar, não queriam pagar a correção. Eu acabava perdendo meu lucro", relembra. As dificuldades dos anos 1980 endureceram ainda mais com o Plano Collor, no começo dos anos 1990, e com a abertura do mercado para as importações de tecidos. O produto nacional saía mais caro. Chegara a hora de abrir sua loja: a primeira, em 1992, no Shopping Morumbi, e em seguida outra, em 1993, no Shopping Iguatemi, ambas em São Paulo.

A transição do atacado para o varejo quase aniquilou a jovem marca. Os 110 funcionários precisariam ser reduzidos a 30 para atender a nova demanda de apenas dois pontos de venda. "Você vivia com 10 e tem de passar a viver com 3. É complicado", reflete. O sufoco foi grande, mas a marca prosperou.

Em 1996, participou da primeira edição do Morumbi Fashion, antigo nome do São Paulo Fashion Week, o principal evento de moda do País. "No começo, a marca saía um pouco da proposta. Era a única representante da moda masculina, o Patinho Feio da semana de moda", brinca. As celebridades que começaram a pipocar nas passarelas e na plateia de Ricardo Almeida levantaram o moral da grife. Com o crescimento do evento, o estilista achou melhor deixá-lo de lado em 2006, com um desfile que aconteceu no bosque do Parque do Ibirapuera, embalado por um coral. Hoje, promove seus próprios desfiles para imprensa e convidados selecionados. Autossuficiência conquistada com muito trabalho.

A falta de barreira entre cliente e empresário fez com que Ricardo apurasse o que ele chamou de "intuição" na hora de criar roupas e acompanhasse cotidianamente a evolução do comportamento do homem. Desde o começo, previa que, aos poucos, o homem passaria a se permitir ter mais estilo e se

cuidar mais. Ainda que no Brasil a mudança seja tímida. "A silhueta masculina um pouco mais justa, proposta há dez anos, seria fora de proporção. Hoje, os homens estão mais abertos a mudanças", observa. Contudo, analisando a si mesmo como um lançador de tendências, hoje, ele se diz mais conservador. "Antes, me permitia mais ousadias, mas após tomar prejuízos fiquei mais pé no chão", conclui.

Com o tempo viu que é possível ofertar uma proposta moderna, sem sair do clássico. "A gente se preocupa em ter um estilo mais marcado. Nos paletós, mudamos a quantidade de botões. Pode ser um, dois ou três. No costume, as proporções mudam, mais largo, mais seco, porém, a ideia-base é sempre a mesma. Nessa coleção, fizemos as camisas com os colarinhos retos. É moderno, mas não é tão louca assim, dá para qualquer um usar", afirma.

Na era Lula, sua marca ganhou mais adeptos. "Depois que passamos a atender o presidente, as pessoas notaram que eu faço roupa mais 'careta'. Não precisa ser modelo para usar a minhas peças. E, hoje, eu prefiro deixar o charme no forro do paletó", revela.

Ricardo tem uma coleção de óculos de farmácia na mesa de centro da sala do seu escritório. Ele tem dois graus de "vista cansada". Escolhe pela cor da armação. "Estava atrás de um exemplar laranja. Vou perdendo e comprando outros. Agora parece que foi proibido vender esses tipos de óculos." Ele usa o acessório para analisar o acabamento das peças que cria, quando o cliente vai ao estúdio provar. Ele mesmo atende. Não pode parar de aprender.

ANEXO C – Perfil Drauzio Varella

Brasileiros, Número 38 – Setembro de 2010

O (AINDA) FUMANTE INVETERADO RICARDO KOTSCHO ENTREVISTA... O ANTIFUMANTE RADICAL DRAUZIO VARELLA

Professor, oncologista, médico multimidiático, escritor e trabalha como voluntário em prisões: aos 67 anos, ele acha tempo para tudo

RICARDO KOTSCHO

As sete vidas do doutor Drauzio

O mais difícil ao escrever uma reportagem sobre a vida de um homem chamado Drauzio Varella é descobrir por onde começar. Porque não é uma, são muitas as vidas simultâneas deste paulistano do Brás, filho de humilde família de galegos e portugueses, que perdeu a mãe aos quatro anos e, desde pequeno, nunca pensou em ser outra coisa na vida a não ser médico. "Nunca titubeei nesta escolha e nunca me arrependi depois", constata ele, ao me contar como foi o caminho que percorreu para se tornar o Médico do Brasil, o profissional mais popular e admirado do País em sua área.

Na hora marcada, três da tarde da primeira segunda-feira de agosto, ele me convida para entrar em seu franciscano consultório no terceiro andar do prédio, em frente à entrada principal do Hospital Sírio-Libanês, na região central de São Paulo, um dos seus muitos locais de trabalho. Aos 67 anos, o doutor Drauzio Varella é um personagem asséptico e atípico. À primeira vista, nada nele chama a atenção. Nem a roupa, nem qualquer acessório que possa identificar sua profissão. Dispensamo-me descrever como ele é. Sua figura calva, magra e serena, todo o País conhece das noites de domingo na TV Globo, onde as séries médicas por ele apresentadas no Fantástico são campeãs de audiência desde a estreia, há dez anos.

De professor de cursinho, um dos fundadores do Objetivo, a médico cancerologista e especialista em doenças infecciosas no serviço público e

privado; de pioneiro no combate à Aids a médico multimidiático (primeiro, no rádio, depois, em jornais, revistas, na televisão e agora também na internet) e escritor de fina escrita com vasta obra publicada; de voluntário na assistência a presos do Carandiru e da Penitenciária Feminina a pesquisador de plantas silvestres para fins medicinais na Amazônia; de cruzado contra o tabagismo a maratonista, o conjunto da obra de Drauzio Varella é tão vasto que só pode ser contado em capítulos.

Esta história começa no Brás, tradicional bairro operário paulistano, onde o filho do contador José Varella, o Pepe, e de dona Lídia nasceu e passou a infância. Os Varella moravam em uma casa com banheiro coletivo, quartos espalhados ao longo de um corredor, galinhas no quintal e um campinho de futebol no terreno de uma fábrica ao lado. Perto dali, morava o tio Amador Varella, único médico na família, que está com 93 anos e serviu de inspiração para o menino Drauzio seguir esta carreira.

Nas páginas seguintes, tentarei resumir nossas duas horas de conversa. Ao final, publico as respostas que me mandou alguns dias depois, por escrito, para as dez perguntas que todo mundo gostaria de fazer ao doutor de sete vidas se pudesse falar com ele. Ateu e ex-fumante convicto, Drauzio é casado com a atriz Regina Braga, pai de duas moças e avô de duas netas - acima de tudo, um brasileiro do bem.

Capítulo I - O professor Drauzio: ainda estudante, fundador do Objetivo

Segundo colocado no vestibular de Medicina da Universidade de São Paulo, o mais difícil de entrar na época, Drauzio logo começou a dar aulas no cursinho do 9 de Julho, onde estudou e era o melhor aluno, para custear suas despesas na faculdade. Dividia a sala de Física Prática com outro bom aluno que se tornou professor, José Carlos Di Gênio, que estava dois anos à sua frente na faculdade.

No verão de 1965-66, os dois amigos tiveram uma ideia: por que não abrir um cursinho de férias, já que todos encerravam suas atividades em dezembro e os vestibulares só aconteciam em fevereiro? Como eles já davam aulas

particulares também, não foi difícil conseguir freguesia. Tiveram até o apoio do doutor Geraldo Camargo Carvalho, o dono do 9 de Julho, que depois se arrependeria amargamente disso.

Em uma bela manhã de sábado, tomaram um susto: mais de 600 candidatos apareceram para se inscrever. Além de Drauzio e Di Gênio, entraram para a sociedade dois médicos, Roger Patti e Tadasi Itto. Para abrigar os alunos, tinham alugado quatro salas em outro cursinho, o Santa Inês, na praça Carlos Gomes. A ideia inicial era cada um cuidar de uma turma de 50 vestibulandos. Na véspera, passaram a noite toda na casa de Di Gênio imprimindo apostilas em um mimeógrafo. Morto de sono, ao ver aquele monte de gente dando volta no quarteirão, Drauzio se assustou e telefonou para o amigo, que tinha ficado em casa dormindo.

- Vem para cá, Di Gênio, isto aqui está uma loucura. O que faremos?

- Vamos matricular todo mundo. Depois a gente vê o que faz...

Na semana seguinte, conseguiram alugar mais algumas salas em outra unidade do Santa Inês, no Parque D. Pedro, chamaram outros professores do 9 de Julho, e foram à luta. Assim nasceu o império Objetivo, que começou como cursinho de vestibulares e mais tarde formaria um conglomerado de colégios espalhados pelo País. Depois vieram as Faculdades Objetivo e, mais recentemente, a Universidade Paulista (UNIP), formando a maior instituição de ensino privado do País.

"Eu que dei o nome de Objetivo", conta Drauzio, com orgulho, abrindo um sorriso, ao se lembrar do episódio em que o antigo dono do 9 de Julho não admitia a saída deles para lhe fazer concorrência. "O Geraldo nos chamou de volta e queria que trabalhássemos de novo no 9 de Julho. 'É o que nós ganhamos com isso?', ainda perguntei a ele... Imagina, a gente ganhava 300, 400 de alguma moeda por mês no 9 de Julho, sem registro em carteira, e passamos a ganhar uns 5 mil cada um..."

Em pouco tempo, o Objetivo se tornaria um dos maiores cursinhos da cidade. Seus professores eram bem pagos, as vagas disputadas, todas as salas

lotadas. "Ali começou a profissionalização do nosso ensino", recorda o sócio-fundador, que ainda deu aulas por algum tempo, mas queria mesmo era trabalhar como médico.

Capítulo II - O médico Drauzio: pioneiro no combate à Aids

Na Faculdade de Medicina, Drauzio optou inicialmente por se especializar em saúde pública, mas desistiu no segundo ano de clínica médica ao descobrir que não era isso o que queria da vida. Passou dois anos meio perdido, sem saber o que fazer, quando conheceu o professor Vicente Amato no setor de moléstias infecciosas do Hospital dos Servidores Públicos do Estado de São Paulo. Ali descobriu sua verdadeira vocação. Amato se tornaria seu mestre e o incentivou a se especializar na área de Imunologia. Como ainda dava aulas e ganhava bem no cursinho, começou como voluntário, estudando e trabalhando ao mesmo tempo.

Por mais de 20 anos, trabalhou no anonimato, como diretor do Setor de Imunologia do Hospital do Câncer, até ser convidado, em 1985, para participar de um congresso na Suécia sobre uma nova e terrível doença: a Aids. Ao ver a projeção de slides feita por funcionários da Organização Mundial da Saúde, com imagens que o deixaram chocado, Drauzio se lembrou de um trecho da Divina Comédia, de Dante: "O pior dos infernos está destinado aos que nos momentos de crise se abstêm". "Fiquei com essa ideia na cabeça. Era preciso alertar a população."

"No verão de Estocolmo, ainda havia sol depois das nove da noite", lembra Drauzio. Batia uma luz muito bonita no lugar onde ele pensava no que faria, na volta ao Brasil, para contar a todos o que viu no congresso. Decidiu escrever um artigo e entregou-o ao amigo Miguel Jorge, que ocupava o cargo de editor-chefe do jornal O Estado de S. Paulo.

"Está ótimo!", vibrou o jornalista, hoje ministro da Indústria, Comércio e Desenvolvimento do governo Lula. O problema é que Drauzio só sabia escrever a mão. O próprio Miguel Jorge, numa velocidade que deixou o médico impressionado, datilografou o artigo em uma velha máquina de escrever e

decidiu publicá-lo no domingo seguinte, com uma chamada de destaque na primeira página.

Acabou aí o sossego do doutor.

Capítulo III - O comunicador Drauzio: do rádio à TV, um médico multimidiático

A vida do médico Drauzio Varella começou a mudar no dia em que foi convidado por Fernando Vieira de Mello, diretor de jornalismo da rádio Jovem Pan, que havia lido e gostado do seu artigo publicado no Estadão, para dar uma entrevista a Maria Elisa Porchat. Fez tanto sucesso, que Vieira de Mello resolveu editá-lo em pílulas que foram ao ar durante a programação nos dias seguintes.

"Liguei para o Fernando, para saber por que estavam passando de novo a entrevista, ele me explicou que no rádio você tem de ser redundante, divulgar várias vezes uma informação de utilidade pública, porque cada horário pega públicos diferentes." O diretor da Jovem Pan aproveitou a ligação para lhe fazer um convite: gravar programetes de um minuto, um minuto e meio, Drauzio tentou, mas Vieira de Mello acabou convencendo o médico durante um jantar, com o argumento que este seria um importante serviço prestado à população. Os paulistanos então se habituaram a ouvir as intervenções do médico que sempre começavam assim: "Aqui é o doutor Drauzio Varella e hoje eu vou falar sobre...". Assim, Drauzio transformou seu consultório no Hospital do Câncer, onde atendia um paciente de cada vez, em um grande auditório a que milhares de ouvintes passaram a ter acesso ao mesmo tempo. A repercussão foi tão boa que logo passou a falar de saúde também na popular 89 FM, "a rádio do rock".

Certo dia, após mais uma gravação nos estúdios da Jovem Pan, Fernando Vieira de Mello foi cumprimentá-lo. "Os ouvintes te elogiam muito. Escuta o que eu vou te falar, um dia você ainda vai fazer isso na Globo... Tudo começa no rádio e depois vai para a TV." Demorou dez anos, mas a profecia se concretizou. Em 1999, depois de apresentar uma série de vídeos gravados pela agência DM9 para o Ministério da Saúde, então sob o comando de José

Serra, com quem muitos ainda o confundem, Drauzio recebeu uma ligação de Geneton Moraes Neto, na época editor-chefe do Fantástico. Mais uma vez sua vida daria outra guinada.

A Globo havia comprado um filme da BBC sobre o corpo humano e estava à procura de um médico brasileiro para apresentá-lo. "Quando eu vi as imagens, fiquei encantado. Mas o filme era chato, o médico ficava meia hora entrevistando um casal que não podia ter filhos... Aí, eu disse para o Geneton que isso eu não iria fazer. Se eu pudesse pegar as imagens e fazer o texto e a narração, tudo bem..." No projeto original, seriam quatro reportagens de quatro minutos. Acabaram gravando uma série de 12, o último deles com 15 minutos, que deu o pico de audiência do Fantástico.

"Eu sou médico, não tem cabimento...", refugou Drauzio, quando Geneton lhe propôs apresentar uma nova série produzida no Brasil. Tempos depois, por um desses acasos da vida, ao sair de uma conversa com Dario Virolini, médico-chefe do Pronto Socorro do Hospital das Clínicas, Ali Kamel, diretor de jornalismo da TV Globo, lhe procurou. Queria que Drauzio voltasse à TV para apresentar uma série sobre primeiros socorros - exatamente o tema da conversa com Virolini.

Desta vez, ele topou na hora - e nunca mais saiu da telinha. Foi uma série atrás da outra: gravidez, diabetes, hipertensão, tabagismo, verminose, obesidade, chazinhos de plantas, planejamento familiar, transplantes... Drauzio nunca mais pode sair à rua sem ser parado para dar consulta aos seus pacientes-telespectadores. Mas os resultados compensavam a perda da privacidade. Após a série sobre transplantes, por exemplo, aumentou 37% a coleta de órgãos de doadores só em São Paulo.

Mais recentemente, abandonadas no galpão de uma fábrica de confecções, na pequena Murici do senador Renan Calheiros, em Alagoas, 50 famílias de desabrigados pelas enchentes só receberam atendimento decente depois que seu drama foi mostrado por Drauzio. Havia no lugar apenas dois banheiros sem água, o cheiro era tão insuportável que se lembrou dos dias passados no velho Carandiru, presídio onde começou a trabalhar como médico voluntário, na mesma época da sua estreia na Jovem Pan. "Nunca tinha sentido esse

cheiro de cela superlotada fora da cadeia", conta Drauzio, inconformado com o que viu e sentiu poucos dias antes da nossa conversa, mas feliz pela solução do problema. "Dizem que o presidente Lula viu a reportagem e mandou que fossem tomadas providências."

Capítulo IV - O voluntário Drauzio: trabalho com presos vira livro e filme

Drauzio Varella entrou na Casa de Detenção do Carandiru pela primeira vez para fazer um documentário educativo sobre Aids, financiado pela Perdigão. "Eu sempre fui fascinado por coisa de cadeia. Quando eu era criança, assisti a um filme, Força Bruta, com Burt Lancaster, que me despertou a atenção para esse tipo de ambiente. Quando fui lá fazer o filme, passei o dia inteiro na cadeia. E depois a cadeia não me saiu da cabeça. Fiquei pensando naquilo semanas, as imagens dos presos entrando e saindo das celas, aquele clima pesado. Tempos depois, voltei lá para fazer um estudo para identificar HIV positivos na cadeia."

Memória boa, ele se lembra de cabeça os resultados da pesquisa: dos 1.492 presos de quem colheram sangue, 17,3% estavam infectados, um índice assustador. "E olha que nós testamos apenas os que tinham visita íntima. Em 1990, nós estávamos em uma situação semelhante à África do Sul. Se não tivessem surgido, em 1996, os antivirais e a política de distribuição gratuita dos coquetéis pelo governo, o que foi uma revolução, o quadro ficaria muito grave."

A pesquisa durou um ano, mas Drauzio não saiu mais do Carandiru, trabalhando lá como médico voluntário na assistência aos presos, até o velho prédio ser implodido em 2002. Criou uma rotina de visitas semanais, às sextas-feiras pela manhã. Levava vídeos musicais e educativos para atrair a atenção dos presos e depois dava aulas sobre como se prevenir de doenças contagiosas, além de responder a perguntas.

Drauzio sempre ia sozinho ao Carandiru. Sua equipe era formada por presos e funcionários que se entendiam muito bem. "Nunca aconteceu nada, nunca ninguém morreu", relembra Drauzio. Sete anos após iniciar esse trabalho, ele

começou a escrever algumas histórias com base no que viu e ouviu no presídio, achando que algum jornal poderia se interessar pela publicação, algo como uma coluna policial escrita por um médico. "Mas aí, ao fazer isso, eu vi que juntando tudo aquilo dava um livro..."

Não só um livro, o Estação Carandiru, mas um best-seller, editado pela grife Companhia das Letras, e um blockbuster, levado ao cinema pelo diretor Hector Babenco. Quando acabou o presídio do Carandiru, ele foi fazer o mesmo trabalho na Penitenciária do Estado. Após três anos, quando o presídio masculino foi desativado para dar lugar ao feminino, o médico passou seis meses trabalhando no Centro de Detenção Provisória da Vila Independência, no caminho de São Bernardo do Campo, que ficava longe e lhe tomava muito tempo.

Por isso, ele trocou os presos pelas presas. Faz quatro anos que Drauzio atende todas as manhãs de segunda-feira na Penitenciária do Estado, que agora é feminina. Que tipo de trabalho faz lá? "O que vier", responde na lata. "Os casos de Aids diminuíram, mas ainda têm. Existem muitos problemas ginecológicos, problemas emocionais também. A mulher presa, ao contrário do homem que vai preso e sempre tem uma mulher que o visita, é abandonada pela família. Não vai ninguém, nem a mãe vai ver. A consulta mesmo dura uns 15 minutos. Aí, elas começam a falar da saudade dos filhos, porque mulher tem isso, de cuidar dos filhos, o homem em geral é filho da puta, não liga. Cadeia de mulher é muito mais complexa que cadeia de homem. Mulher é um bicho mais complicado."

Capítulo V - O pesquisador Drauzio: em busca de novas curas, quase encontra a morte

"E aí, eu e o Gallo estávamos na Amazônia, em um bar conversando no final da tarde, naquela floresta exuberante, e ele perguntou:

- Quem é que estuda essas plantas? Tem algum projeto de pesquisa?
- Que eu saiba, não...

E fiquei com aquilo na cabeça. Então, você fica falando de biodiversidade brasileira e ninguém estuda... Aí, fiz um projeto..."

Robert Gallo é o descobridor do vírus da Aids, pesquisador que Drauzio tinha convidado para vir ao Brasil para participar de um curso patrocinado pelo grupo Objetivo-UNIP. Como vimos antes, quando este médico fica com uma coisa na cabeça sempre acaba inventando mais uma coisa para fazer. Drauzio sabia que o Objetivo tinha um barco-escola na Amazônia para dar aulas sobre botânica e ecologia. Ligou uma coisa a outra e, em 1995, depois de passar alguns dias nos Estados Unidos conversando com os responsáveis pelo maior programa do mundo na área de pesquisa de produtos naturais, resolveu dar início ao seu projeto, batizado Bioprospecção da área do Rio Negro.

Além da UNIP, também participa de um projeto com assessoria técnica do Jardim Botânico, de Nova York, da equipe do médico Riad Yunes, do Hospital Sírio-Libanês. Ao todo, estão envolvidos no trabalho no Rio Negro de 12 a 15 pesquisadores, mais a tripulação do barco. De 40 em 40 dias, Drauzio vai lá para acompanhar o andamento das pesquisas.

Em 2004, foi em uma dessas viagens que o médico ficou doente e quase morreu. Por descuido, embarcou para a Amazônia sem tomar nova vacina contra febre amarela, uma providência básica que ele recomenda a todos que viajam para aquela região. A sua estava vencida havia mais de dez anos. Pegou uma febre amarela brava, que só foi diagnosticada em São Paulo, pelos médicos do Sírio-Libanês, quando seu estado de saúde já era gravíssimo.

"Fui acompanhando os exames que vinham e achei que, tecnicamente, eu ia morrer. Pensei comigo: vou entrar em coma hepático, vou começar a sangrar, vão me levar para a UTI... E aí, os médicos vinham e eu sabia, pelo convívio com os pacientes, o que ia acontecer comigo. Nesta hora, pensei o que faltou fazer na vida, e cheguei à conclusão de que não tinha faltado nada. Pela idade que eu tinha na época, eu tinha feito tudo o que eu queria fazer."

Drauzio sobreviveu e o projeto foi em frente. Dos 2.200 extratos já coletados e processados para testar seu potencial farmacológico, mais ou menos a metade já foi testada contra células malignas e bactérias resistentes a

antibióticos. No momento, 25 desses extratos já foram identificados. "Agora, vem a parte do chá. Você tem de pegar esse chá e dividir os vários componentes, um por um. É nessa fase que nós estamos agora para identificar qual aquele componente responsável pela ação terapêutica."

Capítulo VI - O cruzado Drauzio: ex-fumante vitou inimigo nº 1 do cigarro

Drauzio é do tempo em que médicos e pacientes podiam fumar até dentro dos hospitais. Ele era um deles. Em 1978, descobriu que as coisas estavam mudando ao fazer um curso em Houston, nos Estados Unidos. Lá, o único lugar onde se podia fumar era em uma determinada sala no final de um corredor. Foi a primeira vez que viu um fumódromo. "Eu tinha de largar tudo o que estava fazendo para fumar lá. Era uma sala fechada, com um sofá velho, acho que pegaram no lixo. Tinha um cheiro horrível. No que eu entrei na sala, saí fora. Ah, não posso passar por isso..." Ali mesmo, ele tomou a decisão de parar com o cigarro, mas ainda levou mais um ano para criar coragem. Drauzio conta como foi.

"Um amigo meu, o ex-deputado João Batista Breda, tinha sofrido um infarto. Um dia, ele foi à minha casa e nós ficamos conversando a noite inteira. Eu já tinha diminuído bastante o cigarro desde o episódio dos Estados Unidos. Era uma sexta-feira. Eu tinha um maço de cigarros e ele também. Nessa noite, a gente fumou o maço dele, o meu e, quando foi às três da manhã, ele falou:

- Acabou o cigarro!

- Nossa! Nós fumamos tudo? Você teve um infarto e está fumando tudo isso?!...

Ele ficou sem graça quando eu falei e eu fiquei sem graça por ter falado isso para ele. Aí, fiquei pensando: que diferença tem entre eu e ele? A diferença é que ele já tinha tido um infarto, e eu não... Daquele dia em diante, eu não fumei mais na vida."

Drauzio fumava um maço por dia e foi um sofrimento parar de um dia para outro. Breda parou bem depois e ainda está vivo. Naquela época, não havia

remédios nem tratamento médico para ajudar a parar de fumar. "O mal do cara que quer parar de fumar e não larga é porque não quer sofrer. Não existe isso de felicidade sem sofrer. Para os meus pacientes que falam 'eu tento largar e fico numa infelicidade', eu respondo: 'Não existe felicidade possível para quem é dependente e quer largar do cigarro. A única felicidade é fumar'. Digo sempre: tente de novo. Você ainda é fumante?"

"Sim, infelizmente", respondi, meio envergonhado. Ex-fumante convicto, Drauzio até hoje sonha que voltou a fumar e acorda assustado. "É a pior droga que tem em termos de dependência. Não tem pior. Ainda hoje eu estava conversando com uma menina no Carandiru, que usava muita cocaína. E é asmática. Pois ela conseguiu se livrar da cocaína, mas não do cigarro."

Tão difícil para Drauzio como largar de fumar é convencer os outros dos males do cigarro. Por isso, ele se transformou em um militante antitabagista, usando todos os instrumentos a seu alcance, como a coluna semanal que escreve na Folha de S. Paulo há dez anos. Não foi fácil romper o bloqueio dos meios de comunicação que, até o final dos anos 1990, se recusavam a abrir espaço para tratar do problema.

"Você acompanhou, e sabe bem, a gente não tinha informação sobre os males causados pelo cigarro. Havia equipes de cientistas de aluguel que só apontavam defeitos nos estudos sobre o tabagismo. O trabalho científico é passível de contestação, é evidente. Mas a gente encontrava dificuldades para contestar as críticas. Isso só mudou, no ano 2000, após a proibição da publicidade de cigarro. Quando ganhei acesso aos meios de comunicação, decidi fazer matérias contra o cigarro. Achei que tinha de usar todos os meios para tentar diminuir o número de fumantes." Antes disso, em 1991, ele já tinha perdido um irmão, Fernando, também fumante, vítima de câncer no pulmão.

Capítulo VII - O cidadão Drauzio: ateu praticante, quer tempo para escrever

De onde vem essa energia para comprar novos desafios sem abrir mão dos antigos? Para quem pensa que o médico acredita em alguma força espiritual

superior a lhe guiar os passos, Drauzio faz questão de ir logo deixando claro: sempre foi ateu. Por estranho que possa parecer, em vez de buscar alimento para o espírito em alguma igreja, todo domingo o médico vai correr no Minhocão, o feio viaduto que liga as zonas Leste e Oeste da cidade e é interditado ao trânsito neste dia.

"Gosto de acordar cedo todo dia para correr em qualquer lugar onde estiver. De domingo, em São Paulo, é no Minhocão. Me dá uma sensação de paz que só droga mesmo... A minha espiritualidade vem do corpo, desde criança. Se você é religioso, vai vir do tipo de religião que você escolher. Hoje, geralmente, ninguém escolhe, são os pais que escolhem."

O pai de Drauzio também escolheu por ele, e o colocou no Arquidiocesano, um tradicional colégio de padres católicos, na Vila Mariana. Mas não adiantou nada. "Meu pai simplesmente me comunicou que eu iria para o Arquidiocesano:

- Não estou para ter filho ateu com 14 anos.

E ele me obrigou a estudar lá para ter uma formação religiosa. Meu pai era espírita, mas achava que os filhos deveriam ser católicos. Eu não poderia acreditar no que os outros acreditavam, na bíblia, no evangelho. Quando lia aquilo, me parecia tão irreal, fora do meu mundo. Aquelas histórias antigas que você não sabe se é verdade ou não. Duvidava o tempo todo, e a religião é uma coisa que você tem de acreditar. É só uma questão de crença, não é para entender."

Até aqui, Drauzio não se arrepende da opção que fez. Só sente falta de mais tempo para escrever. "Eu adoro escrever. Uma das coisas que mais me dá prazer é sentar para escrever e acho que preciso criar condições para me dedicar mais a isso. Para mim, qualquer lugar serve. Pode ser à noite, na frente da televisão, no aeroporto, no avião, no hotel, tudo quanto é lugar vale a pena. Consigo me abstrair, mesmo com aqueles idiotas que falam alto no celular."

Autor de uma alentada obra literária em diferentes gêneros, Drauzio está com um novo livro em andamento e já pensando em outro. O que está escrevendo é sobre as histórias que ouviu nesses anos todos dos moradores ribeirinhos do Rio Negro. "Ali é uma região muito interessante porque tem mistura de caboclo com índio. É tudo tão mágico e tão maluco que a realidade às vezes se confunde com as lendas e crenças do lugar. O que é mais fantástico: o cara se perder por culpa do curupira ou ele enfrentar uma onça para salvar um cachorro? A ficção e a realidade se misturam de um jeito que você não consegue mais separar."

Com alma de repórter, no final do trabalho de cada dia com os pesquisadores, o médico vai tomar uma cervejinha no primeiro boteco que encontra e fica ouvindo as histórias dos nativos. Diverte-se ao lembrá-las porque mesmo as mais trágicas são contadas com humor, como as picadas das arraias que ficam na areia. "Todos que já foram picados falam que é a pior dor do mundo e que nada cura quando aquele ferrão do bicho fica no pé do sujeito. A única coisa que se recomenda para aliviar a dor é colocar o pé diretamente no sexo de uma mulher, remédio que não cura, mas melhora..."

Quando terminar o livro amazônico, o médico escritor pretende se dedicar a contar novas histórias de presídios, desta vez do ponto de vista dos carcereiros com quem conviveu nesses anos todos. Mesmo depois que o Carandiru acabou e os antigos funcionários foram espalhados pelo sistema penitenciário, Drauzio manteve a tradição de reunir regularmente em um boteco o grupo de 12 carcereiros que trabalharam com ele. Na despedida, o médico reuniu os membros do "conselho dos cachaceiros", e avisou: "Agora vai cada um para um lado, e eu também. Então, vamos manter, a cada duas ou três semanas, no máximo, uma noite para a gente se reunir em algum botequim".

Como as outras promessas que fez na vida, mesmo sendo ateu essa também vem sendo cumprida religiosamente.

ANEXO D – Perfil Manfred Hoffmann

Brasileiros, Número 38 – Setembro de 2010

UM ALEMÃO NO CAMINHO

Conheça a incrível história de Manfred Hoffmann, sobrevivente da Segunda Guerra Mundial, que ajudou a construir o progresso na Era JK

HÉLIO CAMPOS MELLO

Ele tem 83 anos. Aos 17, em meio à Segunda Guerra Mundial, dedicava-se à geodésia - ciência que estuda as formas e dimensões terrestres - e foi estrategicamente recrutado pelo exército alemão. Com os ensinamentos adquiridos nessa espécie de precursor acadêmico do GPS, o jovem Manfred Hoffmann foi determinante em garantir a precisão de projéteis com 84 cm de diâmetro, deflagrados por robustos canhões que atingiam alvos situados a 130 km. Hoffmann se lembra de que os canhões só podiam ser girados até o limite de 9°, para não se correr o risco de tombá-los: "Devido ao peso, construíamos uma parábola cúbica para manobrar o canhão. Nos tempos de hoje, até construí-la, já estaríamos mortos, mas eles dificilmente entravam em ação". Dado o poder da ameaça, ele se lembra de que o mero efeito psicológico da presença dos canhões era suficiente para afastar os inimigos.

Quando a guerra chegou ao fim, Hoffmann estava na Dinamarca. Por meio dos sistemas elétricos de telefonia disponíveis no país, tentou os primeiros contatos com a família. Sem respostas, decidiu ligar para um dos vizinhos e teve a infeliz notícia de que sua casa havia sido bombardeada e os pais, mortos. Bem-humorado, o ex-artilheiro satiriza que conseguiu sobreviver nos campos de batalha, pois era alvo impossível até para o mais exímio atirador, por conta da magreza acentuada. Ironia que dissimula o risco que corria: "A primeira lição que aprendi é que, enquanto tivesse uma arma na mão, também poderia decidir pelo meu destino. Não só o outro. Nunca me separava de minha arma", recorda.

O espírito aventureiro sempre foi traço marcante da personalidade de Hoffmann. Aos 12 anos, deixou os pais desesperados ao fugir de bicicleta com

um amigo para Berlim e abrigar-se por dias em uma olaria. Tempos depois, revestiu a imponente estátua de Netuno disposta em uma fonte de Liegnitz, sua cidade natal, com roupa e objetos. Traquinagem que rendeu manchete indignada no jornal do dia seguinte: "Grande besteira".

Novos caminhos de um desbravador

Ao cruzar o Atlântico e desembarcar no Brasil, Hoffmann iria abusar ainda mais de seu anjo da guarda. Enfrentou onças e cascavéis no norte do País; experimentou uma aterrissagem forçada em um Cessna, a caminho de Goiânia; resistiu a um grave acidente de carro que todos apostavam que não iria sobreviver; e ainda escapou do incêndio no Edifício Andraus, em 1972. Histórias que começam a ser escritas em 1949, quando Hoffmann chega ao País, aos 22 anos, novamente requisitado pelos conhecimentos de geodésia, e a recém-concluída graduação em engenharia civil.

A vinda ao Brasil teve a providencial mão do acaso. Ao tentar manter o registro civil dos imóveis deixados pela família na Alemanha, ele topou com um sujeito que soube de seus predicados e questionou se havia interesse de sua parte em trabalhar no Brasil. Acostumado com anos consecutivos de mercado negro e moedas alternativas, como maços de cigarro, disse a ele que trabalharia até mesmo sem receber em dinheiro. A promessa era tentadora, mas cobrava favores. "Seria contratado, com a condição de ensinar alguns princípios de geodésia a um aviador com alta condecoração de guerra. Acontece que a mulher desse aviador tinha um tio que era cônsul honorário alemão, em Porto Alegre, e essa era a ligação com o Brasil. Essa pessoa sabia que Jerônimo Coimbra Bueno, então governador de Goiás, estava procurando uma dúzia de engenheiros alemães, pois ele havia recrutado alemães na fundação de Goiânia e tinha ficado muito satisfeito."

A chegada ao País tropical cobrava desdobramentos ilegais. Com a dissolução da Alemanha, Hoffmann perdeu cidadania e passaporte. Prática comum nos primeiros dias de pós-guerra, vagava nos países vizinhos em busca de documentos. "O Estado Alemão não mais existia e fui expulso da Suíça, mas

voltei para lá e consegui um passaporte brasileiro, com tudo certo. A única coisa errada era a nacionalidade: brasileira", diverte-se Hoffmann.

Ao chegar de navio, em Santos, precisava de visto para entrar, mas a imigração não hesitou em fazer vista grossa. De Santos, foi para o Rio e ficou hospedado por três dias na ilha de Paquetá. Dos 12 alemães contratados pelo governador Jerônimo, Hoffmann foi um deles. Comprou uma passagem da Panair do Brasil com destino a Goiânia e, após escalas em Belo Horizonte, Uberaba e Uberlândia, desembarcou na capital. A primeira experiência profissional no Centro-Oeste chegaria ao fim com a grande frustração de um calote: "O Estado era péssimo pagador. Quando me deixaram por oito meses sem salário, disse a eles que a situação havia chegado ao limite e ainda fui advertido de que não poderia quebrar contrato, mas eram eles que haviam quebrado o contrato!".

Paixão e progresso na Era JK

Ao partir da Alemanha, Hoffmann havia deixado muito mais que suas raízes e perdas irreparáveis. Dois anos antes de vir para o Brasil, garantia a renda fazendo bicos de entrega de café e chá, em um sistema de vendas porta a porta. Ao encontrar dificuldades para localizar um de seus clientes, pediu ajuda em uma das casas da vizinhança e deparou-se com uma bela moça chamada Liselotte. O flerte inicial rendeu uma pequena paixão e expectativas abruptamente rompidas com a partida de Hoffmann. Ao saber da iminência da guerra da Coreia, não pensou duas vezes. Enviou um telegrama convidando Liselotte para encontrar um porto seguro no Brasil e, caso ela descobrisse que gostava mesmo dele, antecipou-se em dizer que se casaria com ela. O ultimato de Hoffmann aconteceu no Natal de 1950. Com a boa renda que usufruía na capital goiana, comprou uma chapa de ouro, mandou gravar "te amo", envolveu-a em uma barba de Papai Noel, embalou tudo e despachou a encomenda para a Alemanha. Quatro anos depois do encontro casual na porta de Liselotte, os dois se casaram em Goiânia. Tiveram duas filhas, Araci e Corina, e seguem apaixonados até hoje. A entrevista com Hoffmann aconteceu na véspera do 59º aniversário de casamento.

Engana-se quem pensa que o espírito aventureiro de Hoffmann iria encontrar seus dias de ocaso com o matrimônio. Depois do calote estatal, passou cinco anos comercializando cerveja e voltou a exercer a profissão de formação, como engenheiro do Departamento Nacional de Estradas e Rodovias (DNER). Experiência que iria colocá-lo em uma aventura sem parâmetros. A construção da rodovia BR-29, que ligaria Brasília ao Acre, parte do ambicioso projeto viário defendido por Juscelino Kubitschek, para interligar a nova capital às principais metrópoles das cinco regiões do País. A empreitada cobrava o estabelecimento de uma base operacional em Vilhena, Roraima, e muita coragem das equipes de trabalhadores que desembarcavam em meio à selva: "Alugamos dois voos de DC-3, de Cuiabá a Vilhena. Desci do avião e recomendei aos homens que montassem acampamento próximo à margem do rio. Acomodei minhas coisas na barraca, andei 20 m e dei de cara com uma cascavel. Peguei um revólver e só no segundo tiro consegui acertá-la. O guizo continuou a mexer (está comigo até hoje). Um outro colega olhou para o lado e tinha uma jaguatirica nos observando. Ele jogou o saco com as suas coisas e fugiu em disparada. Quanto à jaguatirica? Lógico que também correu, mas em sentido oposto", diverte-se Hoffmann.

Liselotte intervém, para acrescentar um dado que reitera o ambiente de safári, encontrado pelo marido: "Quando aceitou trabalhar nessa obra, ele fez um seguro de vida. Lembro que o corretor colocou embaixo da porta de casa várias apólices, aumentando o valor do seguro. Isso para mim foi um péssimo sinal". Como Hoffmann chegava a ficar até oito meses fora de casa, Liselotte lembra que Araci, a filha mais velha do casal, definhava em tristeza e saudades do pai. Tinha oito anos e os amigos viviam perguntando se ela tinha notícias dele. Ao que respondiam, cinicamente: "Esqueça do seu pai. A essa altura ele já se casou com uma índia".

Contratada para execução de muitas das obras previstas no projeto viário de JK, a construtora Camargo Corrêa logo ficou de olhos bem abertos para o incrível desempenho de Hoffmann e o convidou para fazer o mapeamento das estradas. Enquanto outros engenheiros avançavam 10 km, amparado por seus profundos conhecimentos em geodésia, o alemão alcançava impressionantes 180 km. Façanhas aéreas e terrestres registradas em uma antiga câmera

austríaca Voigtländer, nas fotos que ilustram essa matéria e ganharam as páginas do recém-lançado livro 50 Anos de Brasília: A Nação em Construção, publicado pelo Centro de Documentação e Memória Camargo Corrêa (CDMCC) em parceria com a Agência Estado. Personagem imprescindível e testemunha ocular das revoluções empreendidas por nosso País há 50 anos, Hoffmann viveu uma vida intensa, que renderia um filme emocionante, desses de tirar o fôlego, com direito à redenção e um belo final feliz.

ANEXO E – Perfil Antonio Luiz de Lima

Piauí, Edição 46, Ano 4 – Julho de 2010

HÁ LUZ NO FUNDO DE ITAIPU

O árduo caminho do emprego estável no labirinto da grande barragem

MARCOS SÁ CORRÊA

Se contasse este mês os passos que lhe faltam para se aposentar, Antônio Luiz de Lima somaria, até o dia 30, quase 100 quilômetros a seu currículo de marchas forçadas na Divisão de Obras Cíveis da hidrelétrica de Itaipu. Ele frequentemente percorre 8 quilômetros por expediente. Em diferentes circuitos. Mas sempre no mesmo lugar. Trabalha dentro da barragem, caminhando por corredores estreitos e amplos precipícios, ora se espremendo em cubículos, ora varando abismos de alvenaria por diáfanas passarelas metálicas.

Antônio é leitorista de Itaipu. Ou seja, confere milhares de registros embutidos em pontos-chaves da muralha. Como um endoscópio falante, de capacete na cabeça e planilha nas mãos, no mínimo três vezes por semana ele examina as entranhas da represa, tendo de um lado o reservatório com 29 bilhões de metros cúbicos de água e vinte tubos com 10,5 metros de diâmetro que envolvem o arcabouço de concreto, e caem do outro lado na boca das turbinas, depois de ganhar velocidade num escorrega de 142,2 metros.

Transitar por ali é como explorar uma caverna. A barragem tem 7 744 metros de comprimento, emendando paredes de argila, pedregulho e concreto. No trecho principal, foram cravados durante a construção 2 383 sensores e 5 239 drenos, para medir as deformações da estrutura e escoar as infiltrações inevitáveis. Todos são verificados regularmente.

A cada ano, dezesseis profissionais, entre técnicos e engenheiros, fazem 185 mil aferições em pêndulos, piezômetros, alongômetros e outros artefatos de nome sonoro, aparência rústica e tecnologia imemorial. Alguns lembram calibradores de pneus em postos de gasolina. Outros, uma ponta de cano

saindo do muro. Todos só funcionam nas mãos de especialistas. Menos de 10% dos sensores instalados em Itaipu são automáticos.

Logo, o sistema de segurança da represa depende de funcionários como Antônio. De preferência, gente tarimbada. Ele está fazendo 33 anos de casa. Sai do emprego levando uma suspeita de surdez no ouvido esquerdo, que atribui, primeiro, à íntima convivência com as torres que moeram os 12,7 milhões de toneladas de concreto das obras civis na barragem e, ultimamente, ao ronco das vinte turbinas de 6 438 toneladas que giram, no mínimo, a 90 rotações por minuto na casa de máquinas.

Com rigor de engenheiro, ele avisa que o problema de audição "a fonoaudióloga não constatou". Certo mesmo, atestado pelos médicos com doses diárias de Condroflex e Arpadol, é o desgaste prematuro das cartilagens de seus joelhos, "de tanto subir e descer rampa ou escada". São "383 degraus só para ir da cota 144 à 82". E isso, naquele universo hidráulico, é altura para um prédio de vinte andares.

Embora haja elevadores nos blocos centrais da represa, "cobrir a pé 60 ou 80 metros de desnível é coisa que acontece a toda hora". E ainda bem, porque a pior lembrança de suas três décadas se concentra nos 22 minutos a bordo de um elevador em pane. Ele estava, na ocasião, sozinho e sem lanterna, dois pecados capitais no breviário de segurança dos leituristas de Itaipu. A bordo, a luz piscou. A cabine do E-12 parou com um tranco. E, ao voltar a eletricidade, ele se deu conta de que estava preso numa caixa de aço, "provavelmente na cota 78".

Quer dizer, 142 metros sob a borda da represa. Dentro de um bloco oco de concreto desabitado com 196 metros de altura, que em si já é um lugar "todo fechado, onde você olha para o alto e não vê uma nesga de céu". A saída ficava a uns 66 metros poço acima. Antônio pegou o telefone interno e ligou imediatamente para o 9999, o número de emergência, que toca no posto dos bombeiros, ao pé da barragem. E, depois de pedir socorro, não tirou mais os olhos do relógio.

Todo seu treinamento para emergências deu para quatro minutos de espera. "Aí, comecei a me sentir mal", disse. Chamou novamente o 9999, agora em pânico. "Por sorte, o sujeito que me atendeu tinha experiência nessas coisas e não parou mais de conversar comigo." Pendurado ao telefone, sentiu quando a turma do resgate começou a enganchar sacos de areia nos cabos do contrapeso. Aos poucos, o E-12 foi subindo. Ao abrir a porta, viu o chão desalinhado do piso. E saiu do elevador como quem salta de um parapeito.

"Aqueles 22 minutos foram uma eternidade", ele resume, enchendo a xícara de Cachamai, o chá de ervas argentino que tem sempre à mão, num canto do Laboratório de Tecnologia do Concreto, aninhado num antigo barracão de madeira do canteiro de obras. Antônio nem se arrisca a dizer quando, exatamente, a encrenca do elevador aconteceu.

"Foi há uns oito ou dez anos", ele desconversa. É a única imprecisão de datas numa fala em que tudo tem dia, mês e hora, recitados de cor. Ele lembra que estreou na empresa "em 27 de novembro de 1977" e, naquele mesmo dia, "às 19h15", viu cair o concreto da partida "001/77", destinado ao bloco "H-5C". E que estava lá 27 anos depois, "em 30 de novembro de 2004, às três da tarde", ao sair o último concreto, para a "unidade 18-A".

Do susto no E-12 ficou só uma certeza: "Sofro de claustrofobia." Não suporta nem passar pelo "tubo de ressonância magnética". Mas isso ele diz no escritório. Dez minutos depois, ao entrar na barragem, parece curado do mal que diz lhe afligir. Aos 54 anos, continua em plena forma, a ponto de usar camisas justas de malha enfiadas no cinto, em vez dos blusões folgados do uniforme que tendem a enganchar nos obstáculos do percurso. Caminha no labirinto da barragem como se respirasse ao ar livre. Incorpora o "Antônio Pra Frente", o seu apelido dado pelos colegas ao melhor cicerone entre os leituristas.

Algum parentesco com o "Pra Frente, Brasil" da propaganda oficial, em voga quando os governos militares fizeram a hidrelétrica? Ele encara a pergunta como se a ouvisse pela primeira vez: "Não, é porque sou assim

mesmo." Usa com naturalidade palavras como "enaltece". Chama todas as coisas pelo nome técnico. A água, com ele, não se infiltra, "percola".

A visita começa no trecho F, o coração da usina. Lá dentro, mal os olhos se habituem à penumbra, ele aponta para o teto da torre sombria, a mais de 70 metros: "Estamos nas catedrais de concreto." Trata-se de um dos blocos descomuns de gravidade aliviada - ou seja, ocos - "onde economizamos 850 mil metros cúbicos de concreto". Se fosse maciço, com tamanhas proporções, "o cimento estaria até hoje secando". E aproveita para ensinar que as eclusas do canal do Panamá, inauguradas em 1914, têm partes que "ainda não secaram".

De improviso, não é fácil achar o que dizer daquela mistura de escuridão de catacumba com pé-direito de nave gótica e curvas modernistas. Aquilo para ele é uma beleza. Antônio quebra o silêncio, dissertando sobre a obra-prima do cálculo estrutural, modelo do "trinômio segurança, economia e beleza". E arremata: "Todo projeto de engenharia bem-feito fica bonito."

Dali para baixo, há "quatro eixos principais a percorrer". São galerias intermináveis, gotejantes e desertas. Iluminadas por lâmpadas esparsas, à medida que se avança por blocos e cotas elas vão ficando cada vez mais parecidas umas com as outras. Nas encruzilhadas, há letras e números gravados com tinta fosforescente, como placas de rua nas esquinas de uma cidade. Aparentemente, só servem para orientação de quem não precisa, porque Antônio memorizou as plantas desenhadas em meados da década de 70.

Não deve ser nada bom estar lá por sua conta e risco. Um leiturista novato leva cerca de quatro anos para aprender a se virar com desenvoltura nas tripas da represa, e sempre em dupla com um tutor experiente. A equipe tem um estoque inesgotável de palpites sobre os truques da navegação nos corredores. E todos soam como advertências. É preciso saber em que cotas param os elevadores. Se o túnel não tiver ligação com o exterior, não adianta segui-lo até o fim, porque ele fatalmente o levará de volta para dentro da barragem. Para se orientar, é indispensável saber sempre em que plano se está andando e a quantos metros se está da água - não existem referências

internas e é preciso se guiar pelo que está no mundo exterior. Há galerias que levam a outras galerias. Até sinais que lá fora são inconfundíveis, lá dentro parecem cifrados.

Em sua ronda, Antônio estaca de repente num trecho idêntico ao anterior e anuncia: "Aqui é o Brasil; ali, o Paraguai." E segue em frente como se isso não quisesse dizer nada. Itaipu, vista assim, é mais binacional do que se presume à distância. No chão da sala de controle, uma faixa amarela separa o Paraguai do Brasil. É puramente simbólica. Sequer está alinhada com o talvegue do rio, que foi outrora o limite entre os países. E, na sala, ninguém ocupa as mesas de acordo com a nacionalidade do chão.

A distribuição de vagas na empresa também ignora as formalidades aduaneiras. Os funcionários paraguaios passam atualmente dos 1 800. Os brasileiros não chegam a 1 500. Nas equipes de leituristas, paraguaios e brasileiros se embaralham a tal ponto que uns nem se dão ao trabalho de fingir que falam a língua dos outros. Cada um se entende no próprio idioma. E o portunhol não é voz corrente.

Num ambiente tão distinto do exterior, a natureza às vezes se infiltra nos planos dos engenheiros. A começar pelo mexilhão dourado, um molusco asiático que se aclimatou ao lago artificial de Itaipu e insiste em colonizar as tubulações da usina, com efeitos corrosivos. Há cartazes contra ele até em locais que raramente acolhem forasteiros. São lugares que a maioria dos funcionários da hidrelétrica sequer imagina, o interior mais interior do labirinto.

Manchas verdes de limo deram sinal de vida nos cantos mais remotos do concreto. Ao surgirem, foram examinadas em laboratório, por temor de que as algas tivessem propriedades corrosivas, como as do mexilhão. Provaram-se inócuas. E acabaram deixadas onde estão - como um toque involuntário de vanguardismo estético, a chegada do estilo *green-wall* às profundezas de Itaipu - as paredes vivas que passaram a fazer parte do cardápio de arquitetos estrelados.

No inverno, quando as juntas de vedação se contraem e as infiltrações aumentam, uma legítima cachoeira corre pelas rochas negras e lustrosas da cota 144. Na cota 20, documentando um treinamento de resgate nas fundações da represa, o fotógrafo da casa Alexandre Marchetti avistou meses atrás um broto de samambaia despontando da frincha do paredão rochoso, à luz de uma única lâmpada. Lá em cima, nos nichos geométricos de concreto formados pelos vértices de cada módulo, goteiras acabam formando grutas, com estalactites e estalagmites. Antônio credita o fenômeno à "carbonificação do cimento".

Não é só a natureza que dá o ar de sua graça nos recantos mais secretos da hidrelétrica. O saguão do elevador, na cota 78, tem o solado de uma bota de borracha nitidamente impresso no teto rebaixado. Coisa de algum operário distraído, que pisou no molde enquanto a placa ainda secava no chão. E as galerias da barragem são profusamente grafitadas. Ostentam desde nomes de operários que passaram pelas obras até meados dos anos 70 - como "Nacho", "Alemão" ou "M'Bussu" - às questões essenciais que lhes passavam pela cabeça, enquanto tocavam a maior obra do regime militar.

As relíquias desses devaneios incluem declarações sentimentais - como "Fátima, te amo" -, mas capricham, sobretudo, na mais explícita pornografia. Sobraram alguns protestos políticos. Várias paredes tiveram que ser lavadas às pressas no dia em que o general Alfredo Stroessner anunciou uma visita aos peões. O resto ficou esquecido a 30, 40 metros do solo, à medida que os andaimes e balancins de madeira foram saindo de cena. E Itaipu virou um sítio arqueológico pouco estudado da pintura rupestre no século xx.

O ponto culminante do passeio guiado por Antônio é também o mais profundo. Fica 200 metros abaixo da linha-d'água. "Se furarmos nesse ponto uns 15 metros, vamos sair no fundo da represa", diria algumas semanas depois o leitorista José Antônio Zanutto Ribeiro. Ali o ar é sempre nevoento e frio, mesmo quando em Foz do Iguaçu os termômetros batem nos 40 graus. De longe, ouve-se um rumor constante de água, que se propaga pelos túneis, amplificado. "Ainda bem", diria em outra incursão o leitorista João Menezes da Silva, que lida com esses assuntos desde 1977. "Ruim é quando não tiver

barulho. Aí é sinal de que a água encontrou uma saída e está passando por outro lugar."

As galerias da cota 20 margeiam regatos de água canalizada. É o ponto onde, desviado o curso do rio, na hora de erguer os paredões de concreto, encontrou-se uma falha geológica no duro leito de basalto do Paraná. Bem no trecho crucial da barragem. E o remédio foi cavar túneis no subsolo para escorá-lo com um remendo nos fundilhos, criando uma trama de concreto maciço cujas vigas se espalham por 40 mil metros quadrados. Numa obra onde tudo é superlativo, esse providencial cerzido atende por um diminutivo. Nele jazem enterradas as "chavetas" de Itaipu, contornadas por 800 metros de túneis.

De lá, se o elevador pifar, só se sai via cota 115, quase 100 metros acima. E tem mais: "Se pegar a galeria errada, sai na galeria de cima, que leva de volta à barragem." Ou: "Se virar por aqui vai sair na fundação dos blocos, e alguns são escuros, porque acaba a iluminação." A escada leva ao 144, mas sem passagem para fora. Quando o reservatório encheu, João passou 72 horas lá embaixo, de prontidão, numa sala de 1,20 metro quadrado, com 2 de altura.

Os quatro canais de drenagem são controlados na cota 20 por nada menos que 3 800 drenos. Eles distam entre si, em média, 3 metros. A maioria se enterra na rocha cerca de 10 metros. Alguns descem 80 metros pela pedra. Oitocentos furos de sondagem vasculharam na época da construção 30 mil metros em torno da tal falha geológica. Hoje, Zanutto, que é de poucas palavras, resume a operação de segurança na área das chavetas numa fórmula tediosa: "Tem que passar lendo a vazão de cada dreno. As informações se repetem. Não importa."

Dito assim, como ele mesmo admite, "parece chato". É esforço demais para resultado de menos. Instrumentos monstruosos produzindo números irrisórios. O percurso de Antônio, por exemplo, começa pelo pd F19 04 145,50 rmm. Por extenso, o pêndulo direto da unidade F-19, na base 04, lido na cota 145,50 com régua maior na montante. O que se traduz mais ou menos por um fio de prumo colossal, pendurado na cota 223, praticamente na crista da

barragem. Tem 180 metros de altura. Acusa milésimos de milímetros de deslocamento no eixo da barragem, sob a força do reservatório de 1 350 quilômetros quadrados. Nos últimos anos, tem servido para registrar oscilações de 4 a 14,5 milímetros.

Piezômetros, alongômetros e outros portentos da auscultação de barragem repetem seus diagnósticos com a mesma monotonia. Existem cerca de 10 mil fissuras na estrutura da represa. "É o normal", diz o engenheiro gaúcho Ademar Sérgio Fiorini, que também está para se aposentar em agosto. Como gerente do Departamento de Obras, ele é o chefe dos leituristas. Há três décadas, comanda uma equipe de trabalho que cobre as 24 horas por dia. E nem por isso está farto de saber que, numa barragem calculada para conviver com até 480 litros de infiltração por segundo, Itaipu está se contentando no verão com a média de 130 litros de água por segundo, que costumam subir para 170 no inverno. Quase nada para uma estrutura que habitualmente despeja de volta no rio Paraná, pelo vertedouro, mais de dez Cataratas do Iguaçu por segundo - no máximo da vazão, pode chegar a quarenta.

Para quê, então, serve essa equipe que volta todo dia para dizer que está tudo bem? "Tem ex-colegas meus, engenheiros, que também me perguntam o que ainda estou fazendo aqui, depois que a obra acabou há tantas décadas", conta Fiorini, como se dissesse que até os especialistas podem fazer perguntas cretinas. Começou a lidar com Itaipu em seu primeiro emprego, quando o assunto ocupava as pranchetas de uma das firmas de engenharia que participaram do consórcio responsável pelo projeto. Mudou-se para Foz do Iguaçu durante a construção. E ficou até hoje na empresa binacional. Está esvaziando gavetas. Na parede de sua sala, um quadro com anotações de caneta hidrográfica, num azul já meio esmaecido, repete instruções do tipo "Verificar calafetagem em-A-1, 2, 5, 6, 7 e 11". O que quer dizer aquilo? "Ah, é um *checklist* deixado pelo Hélio Celso. Era um supervisor que já se aposentou."

Dito isso, ele volta à pergunta inicial: "Segurança de barragem é isso. Não se trata de ter surpresas a toda hora, muito menos de tomar sustos. Faz-

se a coleta de dados. Sai um relatório que vai para a inspeção. Depois a turma da engenharia faz a interpretação dos dados e avalia os sintomas de anomalia. Às vezes, é só o instrumento que precisa ser recalibrado. Por isso a obra acabou, mas os operários foram ficando. Precisamos de técnicos experientes, que ao mandar ver alguma coisa na psa-40 sabem na mesma hora o que isso quer dizer."

Em resumo, "boa parte desse trabalho tem que ser no olho". Foi assim que João Menezes descobriu a tempo um vazamento potencialmente desastroso no H-67, um bloco do canal de desvio, quando o lago começava a encher, 26 anos atrás. "Ele ia passando, levou um jatinho na cara que não estava ali na véspera, deu logo o aviso e pudemos corrigir a tempo um pequeno deslocamento da barragem." Mas esse tempo está passando, não só porque os funcionários mais tarimbados fazem fila atualmente na porta de saída, mas também porque as novas hidrelétricas, todas privadas, tendem cada vez mais a enxugar despesas, cortando investimentos em rotinas de segurança e, sobretudo, no patrimônio intangível da experiência humana.

É bom ver esses velhos profissionais em ação. Como numa tarde de fevereiro em que João levou para um turno os aprendizes paraguaios Benito Vasquez e Hernando Mendez. Tratava-se de aferir a vazão de um dreno. O elevador E-27 estava em manutenção. "Vamos a pé", decidiu João. Os paraguaios suspiraram, mas seguiram o instrutor escada abaixo. Lá no fundo, com balde, proveta e cronômetro, calcularam quanta água estava derramando e comunicaram: "228". João nem olhou para as contas. "Litros por minuto? Não deu, não. Podem medir de novo." Eles refizeram a conta. Deu 22,2. "Eu sei que aqui pode dar na pior das hipóteses 41 litros", disse João. Ele coordena o setor desde 1977.

É o mesmo ano em que chegou Antônio Luiz de Lima, e só porque estava sem emprego no interior de São Paulo. Arnaldo, seu irmão mais velho, se mudara recentemente para Foz do Iguaçu com uma camionete, e mandara notícias de que havia arrumado da noite para o dia um contrato com a Unicom, o consórcio de empreiteiras brasileiras, para fazer transporte de pessoal. A cidade tinha então pouco mais de 20 mil habitantes. A hidrelétrica

poria 40 mil em seu canteiro de obras. Antônio fez a prova de matemática e português. Passou. E em setembro estava empregado, aos 19 anos. De lá para cá, foi o seu único emprego.

Só nos meses em que passou em Foz do Iguaçu aguardando a contratação, juntou "67 milhões de cruzeiros" - ou, trocando em miúdos, "dinheiro na época para comprar um Fusca zero" - fazendo bico como guia dos turistas que iam fazer compras na Argentina. Como? "Fui lá a passeio e vi que o cara da excursão ganhava comissão em todas as vendas." Seu primeiro salário em Itaipu não valia um décimo do que ganhava com turismo, mas ele estava atrás de estabilidade para buscar, em Mirandópolis, no interior de São Paulo, sua namorada de infância. Antônio e Aparecida se casaram assim que ele assinou o contrato. E continuam juntos.

Ele começou misturando cimento na Central de Britagem. Depois passou para o laboratório, fazendo dosagem de concreto sob medida para cada aplicação estrutural. Fez todos os cursos sobre concreto que cruzaram seu caminho nesses trinta e poucos anos. Em 2006, ganhou o prêmio Liberato Bernardo, como Tecnologista do Ano, escolhido pelo Instituto Brasileiro do Concreto. De quebra, formou-se em Geografia pela Universidade de Presidente Prudente, "por capricho". E aproveitou os últimos meses de patrocínio de Itaipu para estudar inglês à noite.

Antônio mora numa casa de 240 metros quadrados na Vila A, um conjunto de residências funcionais de Itaipu que virou bairro de classe média em Foz do Iguaçu. Oitenta por cento dos moradores compraram da empresa os imóveis que ocupavam. A casa de Antônio tem dois quartos, suíte, piscina, jardim e "área de lazer" - o que, no dialeto imobiliário local, significa churrasqueira. Na garagem, cabem seu Toyota Corolla 2009, o jipe Willys 67 "todo original" e o barco de 17 pés que usa para pescar na represa.

Ele reconhece que foi longe. É do tempo em que "todo jovem em Mirandópolis queria ir para São Paulo, trabalhar na indústria, e voltar um ano depois para visitar a família de roupa nova e Fusquinha". Em Foz do Iguaçu, ele fincou raízes. Seu irmão morreu em 1979 no canteiro de obras, quando uma caçamba de carga, que atravessava o leito seco do Paraná por cabos

teleféricos a 76 metros de altura, caiu sobre Arnaldo com 5 toneladas de vergalhões. Os pais o chamaram de volta. Ele preferiu dedicar dois anos, em Itaipu, ao trabalho voluntário na Comissão Interna de Prevenção de Acidentes. Hoje, tem uma filha formada em enfermagem com especialização em obstetrícia e um filho engenheiro eletricitista, empregado num centro de pesquisas da Toshiba, em Curitiba.

Nada contra Mirandópolis. A turma que deixou lá, amigos do antigo bloco Tanto Faz dos carnavais da cidade, são quase todos "um grupo vitorioso". Dá exemplos: "José Cândido Junqueira virou obstetra no Rio de Janeiro. Gilberto Ricaldi é empreiteiro em Campo Grande. Wilson de Moura, como diretor da Brastemp, trabalha na China. José Guilhamil Filho tornou-se dono de usina de álcool em São Paulo. Luiz Eduardo Cheida é deputado estadual no Paraná e foi secretário de Meio Ambiente."

Mas Antônio, no grupo, era conhecido como Micuim. Integrava a ala pobre do Tanto Faz. E, levando em conta seu ponto de partida, reconhece que fez mais do que poderia imaginar. E é o único da turma que viu desfilar por seu local de trabalho seis presidentes da República, de Ernesto Geisel a Lula, sem contar os paraguaios Alfredo Stroessner, Andrés Rodríguez, Juan Carlos Wasmosy, Luis González Macchi, Nicanor Frutos e Fernando Lugo. "Aqui as coisas acabam passando por você", ele conclui.

Pode estar passando também o tempo em que histórias como a sua aconteciam. Neste momento, estão de saída 27 funcionários que viram a hidrelétrica brotar, metro a metro, de uma cratera poeirenta cavada no rio Paraná. Desde 2008, um plano de aposentadoria organiza a retirada de cinquenta veteranos até 2012. Com eles, a empresa perde aquele tipo de memória que, segundo Fiorini, serve para recordar "onde foi enterrado um cano".

Menos mal que tudo o que aconteceu na hidrelétrica foi registrado. "São milhares, milhões de documentos. A maioria ainda em papel", conta Fiorini, "mas aos poucos eles estão sendo transferidos para uma base de dados informatizada, que será consultada por um sistema de busca através de imagens semelhante ao do Google Earth. Qualquer funcionário poderá ver a

barragem do alto, como se estivesse na órbita terrestre. O reservatório inteiro. Cada trecho da represa. E focalizar num ponto qualquer. Descer por ele de cota em cota pela estrutura de concreto até as fundações. Abrir qualquer instrumento. E explorar seu banco de dados como se lesse o diário íntimo da represa."

E assim não haverá mais leituristas nem claustrofobia? Desta vez, Fiorini vai direto ao fim da questão: "Quer saber de uma coisa? Eu também tenho um pouco de claustrofobia. Ver documentários sobre exploração de cavernas de noite me tira o sono. Sinto falta de ar. E andei muito tempo por aqueles buracos sem sentir nada disso."

ANEXO F – Perfil Indio da Costa

Piauí, Edição 47, Ano 4 – Agosto de 2010

EGO NAS ALTURAS

Na sala “Energia Criativa” de seu Instituto de Novas Ideias, o piloto de ultraleve Indio da Costa diz que não tem direito a estresse

CONSUELO DIEGUEZ

Passava das onze da manhã de um domingo nublado, no começo de julho, quando Antônio Pedro de Siqueira Indio da Costa, ou simplesmente Indio, como é chamado, entrou em seu escritório político, num prédio art déco do centro do Rio. O escritório agora faz as vezes de quartel-general da sua campanha a vice-presidente. Ele ocupa metade do 4º andar e foi remodelado pelo pai, o arquiteto Luiz Eduardo. A decoração, em tons de amarelo e laranja, leva a assinatura da mãe, a decoradora Ana Maria, enquanto parte dos móveis foi projetada pelo irmão, o designer Guto Indio da Costa. As paredes e portas foram substituídas por imensos painéis de vidro. De qualquer sala, cada uma com sua função indicada – “Secretárias”, “Articulação”, “Reuniões”, e até uma singular “Energia Criativa” – é possível observar tudo o que acontece em volta.

Indio da Costa é alto e magro, tem a pele morena e os cabelos negros bem curtos. Havendo motivo ou não, sorri quase todo o tempo. Aparenta menos que seus 39 anos. Nesse 11º dia desde sua investidura como candidato a vice de José Serra, vestia mocassins marrons, jeans e camisa social branca sem um amassadinho, apesar de ter estado toda a manhã em campanha. Cumprimentou os assessores de plantão no domingo, distribuiu tapinhas nas costas e apertos de mão, e deu uma geral no ambiente. Logo reparou que uma das lâmpadas estava queimada. Perguntou um tanto contrariado: “Não consertaram isso aqui ainda? Chamem o eletricista, num instante ele dá jeito. Se não, deixa que eu mesmo troco.” Encaminhou-se à sala de reuniões cantarolando em voz alta o clássico de Cole Porter imortalizado por Frank Sinatra, I’ve got you under my skin. Cantava porque estava feliz, explicou.

Pouco depois de sentar, antes mesmo de a entrevista começar, botou a mão sobre a têmpora direita. “Você está vendo esse caroço aqui?”, perguntou, sugerindo que pressionasse os dedos no local indicado. “Está sentindo o calombo?” Com o alerta, é possível notar uma leve protuberância. Em seguida, inclinou a cabeça, afastou os cabelos e chama a atenção para uma finíssima cicatriz branca que lhe atravessa o couro cabeludo quase de orelha a orelha. “Tive que operar um aneurisma congênito”, explicou. “Era muito grande e estava numa área delicada do cérebro”,

Expansivo, contou que descobriu o aneurisma por puro acaso, depois de sofrer um acidente automobilístico, em 2003. Na época, o deputado carioca ocupava o cargo de secretário de Administração do Rio de Janeiro. “Um maluco vinha na contramão e bateu no meu carro”, disse. “Não sofri nada e voltei para casa. Apenas bati levemente com a cabeça no vidro. Só dois dias depois o médico pediu alguns exames que acabaram detectando o problema. Parece que eu tive muita sorte de descobrir o aneurisma antes que se rompesse.”

O deputado não contou, contudo, que o acidente ocorrido na madrugada de 29 de junho de 2003, no Itanhangá, Barra da Tijuca, resultou num processo criminal que o Ministério Público moveu contra o taxista Marcio Lopes de Carvalho. Os autos contêm discrepâncias profundas em relação a sua narrativa. No processo consta que Indio da Costa foi transportado de imediato do local do acidente para a clínica São Vicente, na Zona Sul. Sangrando, deu entrada no setor de emergência com suspeita de traumatismo craniano. Só saiu de lá depois de operado.

Na entrevista, o candidato a vice-presidente ateu-se às lembranças dramáticas que guardou da cirurgia de alto risco. O acidente, na sua versão, fora corriqueiro. “O Paulo Niemeyer me alertou que eu podia morrer ou ficar paralítico”, disse, referindo-se a um dos mais renomados neurocirurgiões cariocas. “Respondi que queria operar de qualquer maneira para não passar a vida com medo de que aquilo explodisse.” Acrescentou que costuma ser aconselhado a não falar no episódio, a tentar esquecê-lo. “Respondo que quem vê a morte de perto não esquece nunca. E que isso mudou minha forma de ver a vida.”

Duas semanas mais tarde, ao saber que os autos do processo número 2003.800.152746-8 davam uma versão bastante diferente do acidente, ele enviou um e-mail corrigindo o relato que fizera, aproximando-o do que consta no processo. “Talvez eu não tenha sido preciso na primeira entrevista – afinal, não é um momento da vida que eu goste de recordar”, explicou. O boletim de ocorrência feito pelo sargento Sebastião Carlos Martins, hoje aposentado, não inclui perícia porque, quando o pm chegou ao local, a cena do acidente havia sido desfeita. Embora o Passat de Indio da Costa não estivesse mais na posição da batida, a polícia concluiu pela culpa do taxista, que teve as duas pernas quebradas, sofreu cinco fraturas, o motor lhe esmigalhou os ossos, ficou cinco meses em cadeira de rodas, tem dezesseis pinos metálicos e cinco platinas no corpo. Levada aos tribunais, a causa foi extinta pela Justiça. O taxista acaba de entrar com uma ação indenizatória na vara cível contra Indio da Costa e insiste que não foi o culpado pelo acidente. Indio da Costa retirou o processo contra Marcio Carvalho em 2004.

A campanha eleitoral que naquele domingo começara às quatro da madrugada com uma viagem até Nova Iguaçu, na Baixada Fluminense, tinha sido, segundo ele, muito produtiva. “Visitei hospitais e feiras livres. Fui para a rua ouvir as pessoas”, contou, enquanto mostrava uma sala maior, com vista para a Baía de Guanabara e o Museu de Arte Moderna. Naquele espaço funciona o seu “Instituto de Novas Ideias”, conforme indica o nome inscrito na porta de vidro.

Fundado sete anos antes, o instituto recebeu a sigla inirio e fez parte de seu plano frustrado de eleger-se prefeito do Rio de Janeiro, em 2008. Da equipe inicial de trinta pessoas restam quinze, uma vez que o banco de dados idealizado para alavancar sua carreira política foi concluído. O banco guarda informações sobre todas as escolas, creches, hospitais, postos de saúde, delegacias, batalhões da Polícia Militar, Corpo de Bombeiros e outros serviços públicos do município do Rio. E adquire visibilidade máxima no grandioso mapa da cidade afixado numa das poucas paredes de alvenaria que restam no escritório. Para acessar o banco, basta recorrer ao teclado acoplado ao mapa. Ao digitar o nome de um bairro e inserir a palavra “hospitais”, por exemplo, luzinhas se acenderão indicando a posição exata das unidades. É possível ver

o número de alunos ou professores de uma escola, o seu desempenho escolar, a qualidade da merenda ou condição física do imóvel. A atualização ou correção desses dados, porém, piorou desde a troca de prefeito.

Indio parou na frente do mapa e deu algumas explicações. “Por aqui podemos ver que há uma enorme carência de creches em Acari, um dos bairros mais pobres do Rio.” Arrastou a mão para o bairro ao lado. “Veja que aqui há sobra de Cieps, mas falta um batalhão de polícia.” Interrompeu por duas vezes a explanação para fechar a porta de entrada do escritório. Na terceira vez, chamou a atenção de um dos assessores: “Dá para vocês deixarem aquela porta fechada, por favor?” Sentou-se numa cadeira de rodinhas e sentiu-a bamba. “Acho que está faltando um parafuso aqui. Veja se não está aí no chão”, pediu a outro assessor, que logo encontrou a peça. Indio a encaixou e se esparramou com segurança na cadeira. Um motorista entrou na sala para perguntar se podia ir embora. Indio autorizou, mas antes pediu que ele lhe comprasse três Red Bull Light.

Segundo o deputado, com esse mapeamento, qualquer administrador tem condições de conhecer os pontos fortes e fracos da cidade, e administrá-la com mais segurança. Explicou como surgiu a ideia do projeto. “Quando eu estava no hospital, fiz uma lista de tudo o que eu já tinha feito e o que ainda queria fazer. A primeira lista coube numa única folha de papel; a segunda foi ficando mais e mais extensa”, contou. “Calculei que um projeto desse tipo me ajudaria muito, caso eu me tornasse prefeito do Rio.” Só que na convenção do dem de 2008, Indio da Costa foi preterido pelo partido. Estava com 36 anos de idade e tinha pressa em realizar algo de vulto. “Operei o aneurisma aos 32 anos e percebi que o tempo na Terra é curto. Decidi fazer algo bem bacana antes desse tempo acabar.” Passou a acalantar a ideia de concorrer ao governo do estado do Rio em 2014.

O “bem bacana” lhe chegou muito antes, por telefone. Foi na manhã de 30 de junho passado que lhe caiu no colo a chance de subir a rampa do Palácio do Planalto como 25º vice-presidente da República. O prefeito de São Paulo, Gilberto Kassab, seu companheiro do dem, lhe telefonara para avisar que o tucano José Serra cogitava que ele fosse o candidato a vice. Pediu total sigilo

até que a direção dos dois partidos fosse avisada. Indio topou na hora. Às 13 horas daquela quarta-feira, já tinha o “sim” na ponta da língua quando o presidente do dem, Rodrigo Maia – que desconhecia a sondagem de Kassab – lhe comunicou a escolha e passou o telefone a Serra, que ratificou o convite. Para Indio da Costa, não havia por que hesitar. “Um candidato com cujas ideias você concorda, de repente te liga e diz: ‘Você quer vir comigo?’, Você vai dizer que não? Só louco não aceitaria”, contou.

Instado a elencar suas credenciais para assumir a chefia da nação em caso de impedimento do titular, Indio da Costa reclinou-se na cadeira e respondeu em tom casual: “O Lula foi só deputado, partiu direto para a Presidência e foi muito bem-avaliado. Eu não estou começando a minha vida pública agora, apesar de as pessoas gostarem de repetir isso. Tenho dezoito anos corridos de mandato, entre o Legislativo e Executivo, e vinte anos de atuação na vida pública.”

José Serra nunca foi o tucano preferido do dem para compor a coligação que garantirá ao candidato tucano mais três minutos de tempo na televisão. A maior parte do partido torcia para que o indicado fosse o governador de Minas Gerais, Aécio Neves, com quem os Democratas têm maior afinidade política e ideológica. Tampouco Serra demonstrou grande entusiasmo por seus parceiros democratas, e entre amigos, costuma referir-se a alguns de seus líderes como “aqueles direitões”.

Em dezembro, quando Aécio constatou que não teria chance e Serra consolidou-se como candidato, o presidente do dem, Rodrigo Maia, procurou seu análogo tucano, o senador pernambucano Sérgio Guerra, para comunicar que seu partido só abriria mão de participar da escolha do vice na chapa se o indicado fosse Aécio Neves. “Não queríamos impor nomes, apenas queríamos ser consultados. E Guerra nos deu a palavra de que isso aconteceria”, contou Maia durante um recente café.

Em meados de junho, Serra desembarcou no Rio. Foi à churrascaria Plataforma, no Leblon, e juntou-se aos dirigentes do Flamengo, entre eles a presidente do clube e vereadora tucana Patrícia Amorim, para assistir à estreia do Brasil na Copa. Durante a partida, o senador Tasso Jereissati soprou-lhe no

ouvido que Patrícia Amorim, por ser jovem (41 anos) e mulher (51,8% do eleitorado brasileiro), poderia ser uma boa jogada de marketing na composição da chapa. Serra registrou a sugestão, chegou a testar com amigos a possibilidade da vice Patrícia Amorim, mas não levou adiante a ideia. O frenesi desencadeado pelos jogos na África do Sul fez com que a hipótese não tomasse conta do noticiário.

Restando-lhe apenas uma semana de prazo legal para indicar um vice, José Serra sacou o nome do senador Alvaro Dias, do psdb do Paraná. O acordo foi selado na casa do presidenciável tucano no bairro de Alto de Pinheiros. Não porque Alvaro Dias esteja mais alinhado com as ideias de Serra: ele é um “direitão” de truz. E sim porque, pelo acerto, o irmão caçula de Alvaro Dias, Osmar, do pdt, abriria mão de concorrer ao governo do Paraná e sairia candidato ao Senado coligado com o psdb. Assim, se romperia a aliança do pdt com o pt no Paraná. E a chapa Serra-Dias garantiria uns 2 milhões de voto naquele estado. “Numa eleição que está sendo disputada cabeça a cabeça, esses votos eram fundamentais para o partido”, contou um dos participantes.

Os partidos da coligação com o psdb tomaram conhecimento da escolha do paranaense na manhã seguinte, pouco antes do segundo jogo do Brasil. O primeiro telefonema dado por Sérgio Guerra foi para Roberto Freire, do pps, que concordou. Em seguida, foi a vez de Roberto Jefferson, do ptb, que, naquele momento, passeava de moto em Juiz de Fora, Minas Gerais. Guerra pretendia comunicar a novidade pessoalmente a Rodrigo Maia e se programou para viajar ao Rio, logo depois de o juiz soar o apito final de Brasil X Portugal. Não teve tempo. Roberto Jefferson estacionou a moto num posto de gasolina e postou, ligeirinho, no seu Twitter: “Alvaro Dias será o vice de Serra. Fui.” Segundos depois o telefone tocou na casa de um dos assessores de Sérgio Guerra. A pergunta do outro lado da linha foi: “Você está vendo o jogo? Pois então esquece. O jogo acabou pra você. O senador quer todo mundo a postos pra apagar o incêndio.”

A notícia enfureceu os dirigentes do dem. “Assim que soube da decisão do psdb peguei o telefone e comecei a ligar para as lideranças do meu partido”, contou o deputado Rodrigo Maia. “Disse que não aceitaria aquilo de jeito

nenhum e que iria para a convenção, no dia 30, disposto a melar o acordo.” Dramático, complementou: “Eu aceito derrota, mas nunca recuo. Vou para o suicídio sozinho, mas não recuo.”

Foi com o banzé armado que Sérgio Guerra desembarcou no Rio acompanhado do deputado Jutahy Magalhães Junior, da Bahia. O encontro com Rodrigo Maia se deu numa sala reservada do aeroporto Santos Dumont e foi tão desastroso quanto o empate zero a zero com Portugal. “Perdi o controle”, admitiu o presidente do dem. “Xinguei-os de todos os palavrões.” A discussão ameaçou descarrilhar quando Maia colocou o dedo na cara de Jutahy. “Ele empurrou minha mão e disse que eu o estava desrespeitando. Sérgio Guerra procurava nos acalmar. Em determinado momento, Jutahy se isolou no banheiro para ligar para o Serra.”

Na outra ponta, Serra manteve Alvaro Dias como vice. O presidente do dem contra-atacou: convocou a caciquia democrata para um almoço no dia seguinte na sua casa, em São Conrado, no Rio.

Seguiram-se 72 horas de insônia generalizada da oposição. Recém-retornado de Paris, o ex-presidente Fernando Henrique Cardoso assumiu o papel de bombeiro e telefonou logo cedo para algumas lideranças do dem – Marco Maciel, José Agripino Maia e Jorge Bornhausen – antes de se trancar numa reunião com outros Democratas no Hotel Emiliano, de São Paulo. Em Brasília, o senador Heráclito Fortes, do dem do Piauí, convocou aliados para jantar em sua casa. Rodrigo Maia chegou acompanhado de Gilberto Kassab. “Eu queria preparar o partido para um enterro de luxo. Achava que teríamos que engolir aquela solução do Paraná”, contou o senador.

Não foi preciso porque o acordo paranaense entrou em colapso antes. Por volta das 23 horas, o deputado Abelardo Lupion, presente no jantar brasiliense, recebeu um telefonema do Paraná. Era Osmar Dias, informando que tinha desistido da aliança com o psdb e que concorreria a governador coligado com o pt. Fulminados pela notícia, Rodrigo Maia e Gilberto Kassab embarcaram para São Paulo num jatinho fretado, em plena noite, enquanto Heráclito telefonava para transmitir a péssima notícia a José Serra.

O helicóptero do candidato tucano acabara de aterrissar no aeroporto de Cumbica, retornando de um evento político que se alongara, quando Serra atendeu a chamada de Heráclito. “Ele simplesmente não acreditou no que eu disse”, lembrou o senador.

Com Kassab e Maia já a caminho de um encontro madrugada adentro com Serra, outro jatinho decolava para Belo Horizonte, afim de buscar Aécio Neves. O grupo se reuniu até as cinco da manhã. Tentavam chegar a um nome de consenso. “O problema é que, naquela altura, todos os possíveis nomes de peso do partido já estavam comprometidos nos estados”, explicou Rodrigo Maia. “A proposta que fizemos a Serra foi que, se o nome fosse do psdb, a escolha seria do dem, e, se fosse do dem, a escolha seria do psdb.” Foi o máximo que conseguiram até a reunião ser interrompida para que todos pudessem descansar.

Mas antes das 8 horas da quarta-feira, José Serra já estava ao telefone querendo saber o que Kassab achava de Indio da Costa. O presidenciável tucano havia discutido o nome do deputado carioca com o marqueteiro de sua campanha, Luiz Gonzalez, que gostara da ideia. Indio da Costa era jovem, representante de um estado-chave onde o psdb precisava se fortalecer, tinha alguma experiência administrativa e, melhor de tudo, estava em evidência por ter sido o relator do projeto Ficha Limpa. Nem fhc, nem Sérgio Guerra, souberam da escolha antes de Rodrigo Maia. “Serra ficou com medo que a notícia vazasse e se repetisse a confusão do Roberto Jefferson”, contou um tucano.

Desde menino, Indio da Costa mostrou talento por inventar negócios. Aos 8 anos, esculpia crucifixos em pregadores de roupa e os vendia a amigos. Aos 11, tornou-se tiete de Michael Jackson e passou a frequentar as festinhas da época vestido a caráter, com luva de paetê e tudo. Segundo o publicitário Kiko Lomba, amigo de infância do deputado, ele imitava os passos Moonwalk do cantor muito bem. Eles se conheceram no Andrews, o colégio de grife liberal da Zona Sul, no Rio, e a música os aproximou.

“Eu estudava guitarra e, ele, bateria, e chegamos a pensar em tocar juntos”, contou Lomba, que se diverte ao lembrar as diferenças de temperamento. “Ele

era organizadíssimo, me passava dever de casa, me indicava uma lista de músicas – de rock a mpb – que eu deveria estudar. Eu não cumpria nenhuma das tarefas e ele ficava muito impressionado com a minha desorganização.” Segundo o publicitário, desde cedo, Indio tinha uma personalidade autoconfiante. “Quando ligava para a minha casa e meu pai atendia, ele perguntava: ‘O senhor sabe quem está falando? Aqui é o Antônio Pedro Indio da Costa’, e só depois pedia para me chamar”, contou. “Meu pai achava aquilo muito engraçado. Ele só se referia ao Antônio Pedro como ‘o senhor sabe quem está falando’.”

O projeto de ser baterista não foi adiante, embora Indio tenha tocado no Circo Voador com Pedro Gil, filho de Gilberto Gil, morto em um acidente de carro. Começou então as investidas empresariais: desenvolveu um aparelho para espantar mosquitos, que vendia para os amigos do pai. Em seguida montou um negócio de venda de peixes ornamentais. “Tinha aquário que não acabava mais espalhado pela casa dos meus pais”, lembrou Indio.

Perto dos 15 anos, vendeu os aquários para comprar uma aparelhagem de som e atuar como dj em festas de amigos. Uma das primeiras que organizou foi para uma colega de colégio, filha do escultor Sérgio Camargo. “Me saí tão bem que recebi 100 dólares e outros 100 para o meu parceiro, quando o que cobrávamos era, no máximo, 10 dólares”, contou, orgulhoso.

Aos 18 anos, herdou de um amigo da família, que se mudara para os Estados Unidos, uma caixa com mais de mil discos de vinil. “Tinha de tudo ali. Flashback, Donna Summer, Diana Ross, Earth, Wind a& Fire”, relembra.

Com a nova discoteca, os convites para organizar festas se multiplicaram. “Segundo definição de um neurolinguista, sorte é quando a competência encontra a oportunidade”, explicou Indio da Costa. “Eu realmente me dediquei àquele trabalho. Se eu não tivesse tido paciência para ouvir todos aqueles discos, eu nunca teria tirado proveito daquilo.”

Aos 19 anos, já cobrava 1 mil dólares por festa. “Acho que foi assim que aprendi a fazer política”, explicou. “Quando você é dj, você lida com contrários. Numa festa onde está tocando rock, chega um sujeito e pede

samba, outro quer mpb, e, um terceiro, valsa. Você tem que administrar interesses distintos.”

Indio da Costa nunca pensou muito em política até assistir a uma palestra de Cesar Maia. Ele cursava direito na Faculdade Cândido Mendes em Ipanema, em 1992, quando assistiu a uma conferência do então candidato a prefeito do Rio. Encantou-se com as propostas do candidato de como administrar a cidade. “Me engajei imediatamente na campanha”, disse. Montei uma superfesta numa boate da Barra para arrecadar fundos e foi um sucesso. O Cesar ficou impressionado com a quantidade de jovens que consegui reunir em seu apoio.” Indio chegou a pintar o nome de Cesar Maia na asa-delta que havia comprado e sobrevoava a orla fazendo propaganda da candidatura. Mais recentemente, trocou a asa-delta por um ultraleve . “É um prazer ver o Rio lá de cima”, garante. Capotou com o avião poucos dias antes de ter seu nome anunciado como vice, mas saiu ileso do acidente. Suspendeu os voos durante a campanha.

Quando Cesar Maia se reelegeu prefeito, em 2000, Indio da Costa e Eduardo Paes foram chamados a trabalhar com ele. Indio tornou-se subprefeito do parque do Flamengo, depois administrador regional de Copacabana e por fim secretário da Administração da prefeitura, em 2001. Indagado se continuara amigo de Paes, respondeu que nada tinha contra o ex-companheiro de partido, mas criticava sua decisão de bandear-se para o pmdb, com o objetivo de se eleger prefeito: “O preço que o Eduardo Paes está pagando é muito alto. Eu não pagaria. Ele foi eleito pela máquina do pmdb. Todo mundo sabe quem são as pessoas que têm influência no governo dele – o candidato a senador Jorge Picciani, presidente da Assembleia Legislativa do Rio e companhia limitada. O sujeito vai ser prefeito na vida uma vez, ou oito anos, no máximo. Ou você realiza o que sonha, ou não vale a pena. Com esse grupo que está por trás dele, o Paes não tem condição de fazer nada. Basta ver como a cidade está detonada.”

Durante os anos em que Indio da Costa e Eduardo Paes trabalharam juntos com Cesar Maia, ambos namoraram a filha do prefeito, Daniela. Segundo

amigos da família, a ex-primeira dama do Rio, Mariangeles Maia, não gosta nem de um nem de outro.

Graças a Cesar Maia, Indio da Costa elegeu-se vereador por duas vezes. Exerceu o cargo por pouco tempo, pois logo foi para a máquina da prefeitura. Ainda assim, deixou uma penca de inimigos na Câmara Municipal, capitaneados por Andrea Gouvêa Vieira, do psdb. Durante o período em que presidiu a Comissão de Finanças, Orçamento e Fiscalização Financeira da Casa, ele foi criticado por conduzir as sessões de forma autoritária e ineficiente. Uma moção de repúdio a ele chegou a ser publicada no Diário Oficial do Município, quatro anos atrás.

Andrea Gouvêa Vieira se diz inconformada com a sua indicação a vice de Serra. “Ele nunca explicou a compra de merenda escolar superfaturada para a prefeitura, quando era secretário de Administração”, acusou. “O que eu fiz foi combater um cartel que dava prejuízo à prefeitura. Tanto que o processo foi arquivado pelo Ministério Público e pelo Tribunal de Contas do Município”, rebateu Indio.

O parlamentar levantou-se da cadeira e foi até a sala “Energia Criativa”, decorada com uma cama e um aquário (“Para relaxar e ajudar a pensar melhor quando estou cansado”, explicou). Tirou da estante o livro *Administração Pública no Século xxi: Foco no Cidadão*, de sua autoria, editado pela Qualitymark, no qual narra sua experiência na Secretaria Municipal. “A primeira coisa que fiz quando cheguei foi derrubar paredes”, disse ele. “Querida uma administração moderna e transparente.” Assegurou que, com mudanças de procedimentos, remanejamento de pessoal e integração com outras secretarias, a cidade economizou 104 milhões de reais em um ano.

Entre as medidas estava a de, junto com auxiliares, atender a população uma vez por semana, no saguão da Secretaria. “Era preciso ouvir e entender os problemas.”

Ele também foi acusado de beneficiar Luiz Felipe Indio da Costa, seu tio e proprietário do Banco Cruzeiro do Sul, no credenciamento de contratos para crédito consignado aos aposentados da prefeitura. Nada foi comprovado. Indio

da Costa sustenta que seu trabalho foi tão bom que acabou sendo copiado por administrações de outras capitais. Quando assumiu a Secretaria, acabara de ser eleito vereador com 17 mil votos. Ao deixar o posto, em 2006, elegeu-se deputado federal com 90 mil votos, terceiro candidato mais votado do partido. "Fui o único secretário de Administração que conseguiu se eleger", festejou.

Na Câmara dos Deputados, ganhou visibilidade ao relatar o projeto Ficha Limpa, de iniciativa popular, que restringe a candidatura de pessoas condenadas por crimes graves. "Quando me deram a relatoria, mergulhei no projeto e passei sessenta dias estudando, ouvindo vários setores da sociedade", contou. "Dei uma entrevista para o Jô Soares que teve enorme repercussão e durante o programa pude passar o endereço do meu Twitter, o número do meu celular e meu e-mail para o telespectador. A partir dali a movimentação da população para pressionar o Congresso a aprovar o projeto foi enorme", explicou.

Sofia, de 6 anos, cabelos e olhos pretos como o pai, entrou no Instituto pelas mãos de Mariana, a irmã mais nova do deputado. A menina é filha do seu primeiro casamento, com a espanhola Olívia, que conheceu numa viagem à França e com quem ficou casado por dois anos. Indio atribui a separação à violência no Rio: Olívia decidiu se mudar com Sofia para Madri após escapar de um tiroteio entre traficantes da Rocinha, em 2005.

O deputado levantou-se para abraçar a filha, que vê a cada dois meses, e começou a se preparar para embarcar para São Paulo, onde teria sua terceira reunião, em dez dias, com a equipe de José Serra. Informado de que um dos assessores do tucano levaria as filhas para a reunião, pediu que a irmã preparasse Sofia para que ela também viajasse com ele. Diante da reação chorosa da menina, Indio levou a filha para a sala "Articulação", onde ficou um bom tempo tentando convencê-la a acompanhá-lo. Não conseguiu. Ele explicou a razão da viagem. "Filhinha, papai vai ser presidente da República, quer dizer, vice-presidente, e está muito ocupado. Mas eu volto hoje mesmo, tá?"

Dois dias mais tarde, o clima no escritório do candidato a vice já era outro. Telefones tocavam, a movimentação de deputados e vereadores crescera.

Indio da Costa esperava ansioso por um telefonema de Luiz Gonzalez, marqueteiro da campanha tucana, para definir o envio do material de campanha. Pediu licença para atender a ligação de São Paulo na sala batizada de “Secretárias”, e dela retornou satisfeito – a questão do material fora resolvida. “Eu conheço bem o Rio, mas sem material não há como divulgar nossa chapa”, explicou.

O deputado se define como qualificado analista de campanhas eleitorais. Assegurou-me ter colaborado com a equipe do bilionário Michael Bloomberg, em 2001, para elegê-lo prefeito de Nova York. “A assessoria dele me convidou para ajudá-los com minhas ideias”, contou. “E concordei em ir depois de fecharmos um trato: em troca da minha ajuda por duas semanas, eles me passariam informações sobre a política de recursos humanos da Bloomberg Business, que me interessava como futuro secretário de Administração do Rio.”

Indio da Costa cita Arick Wierson, o poderoso ex-assessor de comunicação, mídia e política de Michael Bloomberg, como sendo seu interlocutor mais próximo até hoje. Wierson fala português fluentemente, tem mestrado em economia pela Unicamp e foi vice-presidente do Amro Bank em São Paulo, antes de se tornar braço direito do prefeito nova-iorquino. Deixou o cargo três anos atrás, quando seu subordinado direto foi preso por desvio de fundos públicos. Hoje ele dirige a petroleira Occidental Atlântica, em Angola.

“Sou contra a liberação do aborto. Aborto não pode ser política pública de controle de natalidade. Vai ser uma carnificina.” Esta é apenas uma das posições que Indio da Costa assume a plenos pulmões. Ele também critica a ideia de reestatização. “Não tem nada pior que esse modelo de sair estatizando tudo. Estatizar não significa melhorar os serviços do governo. Não me preocupo com estatizar e privatizar. Me preocupo em saber quem tem condições de prestar melhores serviços, de gerir melhor os hospitais.”

Para ele os conceitos de esquerda e direita acabaram: “Eu não vivi isso, não vivo isso, meus amigos não vivem isso. Virou assunto apenas para a academia. Hoje, a discussão tem que ser em torno de qual seria a melhor solução para os nossos problemas.”

Perguntei-lhe como era sua relação com Serra, já que tinham se visto pouquíssimo antes de comporem a chapa, além de terem ideias diferentes. “Espetacular”, resumiu, para em seguida se derramar: “Ele é rápido, sério, objetivo, carinhoso, atento, preocupado com as pessoas que estão à sua volta. Ninguém chega a ser prefeito e governador de São Paulo sem ser alguém especial.”

Acrescentou que tinha mostrado o banco de dados de seu “Instituto de Ideias” ao companheiro de chapa, por acreditar que o projeto pode ser replicado em todo o Brasil. “Temos muitas coisas em comum”, disse. E esclareceu quais são: “experiência, conhecimento, inteligência, propostas, e uma enorme vontade de fazer.” Outro fator importante, na avaliação de Indio da Costa, é a sua juventude. “Serra tem cinquenta anos de vida pública e minha juventude ajuda a complementar. O Brasil tem 80 milhões de eleitores entre 16 e 40 anos e nenhum político que fale para eles. Eu farei a conexão com essa turma jovem”, garantiu.

Eram sete da noite quando o ex-deputado Márcio Fortes, tucano que concorre a vice-governador de Fernando Gabeira, do Partido Verde, entrou na sala para uma visita. “Te conheci no berçário”, disse para Indio da Costa. Sentaram-se para definir as estratégias conjuntas da campanha no Rio. Naquela noite, o vice participou com Serra de um encontro com artistas e intelectuais num restaurante no Leme. Serra não fez qualquer referência ao parceiro.

Na manhã seguinte, nos vimos em seu apartamento de Ipanema. Ali, o projeto também é do pai, a decoração da mãe, os móveis da firma do irmão, os quadros da irmã Gabriela, artista plástica, e a mesa de jantar em vidro projetada por um primo. No meio da sala fica um enorme aquário – peixes continuam sendo uma das paixões do deputado.

O deputado iria acompanhar o candidato José Serra a uma entrevista na Rádio Tupi, no centro da cidade. Estava atrasado. No trajeto pela orla de Copacabana, apontou para os quiosques no calçadão desenhados pelo irmão Guto, que substituíram os antigos, de fórmica e madeira. Comentou que o irmão havia sido premiado na Alemanha por esse projeto. Perguntei-lhe sobre as críticas ao fato de o projeto vitorioso ser do irmão, dado que Indio da Costa

era ligado a Cesar Maia. “Esse é um projeto privado. Os vencedores o contrataram. Isso não tem nada a ver com o fato de eu ser ligado ao ex-prefeito”, disse.

Quando chegou à Tupi, a entrevista do radialista Haroldo de Andrade com Serra, que se atrasara vinte minutos, já tinha começado. À saída, Indio da Costa sugeriu que se fizesse um debate com os vices no programa, mas foi ignorado.

José Serra assegurou que a escolha de Indio da Costa foi exclusivamente dele. “Nunca me passou pela cabeça não ser eu o responsável pela indicação do meu vice”, disse. “As pessoas podem sugerir, mas a escolha tinha que ser minha. Vi a entrevista dele no Programa do Jô e me causou excelente impressão. Acredito que a solução tenha sido boa. O Gonzalez ficou feliz. Todo mundo ficou feliz. Eu não ouvi internamente nada contra ele. O Rio, que não tinha um candidato a vice há 107 anos, é uma região-chave e precisa ter gente fazendo a minha campanha independente das minhas alianças. O Indio é bom para isso.”

O filósofo José Arthur Giannotti, que tem vínculos históricos com o psdb, não se alarmou com a escolha. “Na falta do titular, é preferível um jovem como vice do que um Michel Temer, representante do fisiologismo do pmdb e vice de Dilma.” Indagado se votaria em Indio da Costa para presidente, foi franco, como de hábito. “Contra quem? Contra Dilma é claro que votaria. Contra Aécio, óbvio que não.” De qualquer forma, ele acha que o vice não altera muito o quadro eleitoral a não ser que “faça uma barbaridade”.

A ideia de que vice-presidente não pesa na hora do voto é criticada por Mauro Paulino, diretor do Datafolha. “Nossas pesquisas indicam que 58% dos eleitores não levam o nome do vice em consideração na hora de escolher o candidato. Mas 25% se dizem muito influenciados e 17% se dizem um pouco”, informou. “Ou seja, 42% dos eleitores admitem sofrer alguma influência com o nome do vice, o que está longe de ser um percentual desprezível.”

No final de julho, José Serra voltou ao Rio. À noite, durante um jantar num restaurante na Lagoa, para o qual Indio levou a filha e a namorada jornalista,

Andrea Moreira de Souza, ele falou sobre o papel do vice. “Contribuir para que os compromissos do presidente sejam cumpridos com eficiência, eficácia e menor custo”, recitou. “Vice tem uma função complementar, já que o presidente não pode fazer tudo. O vice tem que ajudar no projeto presidencial para o país, e não ter um projeto pessoal.”

O melhor membro da espécie que o Brasil já teve, em sua opinião, foi o senador Marco Maciel, no governo Fernando Henrique Cardoso. “Porque ele é honesto, sempre estabeleceu uma relação muito correta com o Legislativo e tem grande conteúdo teórico e político”, explicou. Afirmou identificar-se com o senador pernambucano e complementou o elogio: “Marco Maciel foi, sobretudo, extremamente discreto.”

Na mesma semana, Indio da Costa provocava uma barulheira de banda de garagem ao acusar o pt de ter ligação com as Forças Armadas Revolucionárias da Colômbia, e as Farc, por sua vez, de terem ligação com o tráfico de drogas no Rio. “Estou falando alguma mentira? O pt ameaçou me processar, mas até agora a Dilma não respondeu”, desafiou [o pt o processou]. Aproveitou o embalo e completou: “Coloquei tudo no meu Twitter. Dilma, ao contrário do Lula, não controla essa gente. Se ela se eleger, quem vai mandar é a turma do mensalão, o dark side do pt. Todo o entorno da campanha dela, com exceção do José Eduardo Cardozo, está envolvido com o mensalão.”

Terminado o jantar, Antônio Pedro Indio da Costa pediu ao garçom que lhe trouxesse um chá. Antes de tomá-lo, colocou duas pedras de gelo na xícara, e explicou. “Estou com uma afta na parte interna da bochecha.” Poderia ser estresse diante da proximidade das eleições? “Estresse?”, retorquiu espantado. “Eu sonhava em voltar para o Executivo e acabo de ser escolhido vice-presidente de um candidato que admiro muito. Eu não tenho o menor direito de ter estresse.”

ANEXO G – Perfil Guilherme Leal

Piauí, Edição 48, Ano 4 – Setembro de 2010

A ARTE DE SE LIVRAR DE UM EMPREGO RUIM

Funcionário de uma companhia de trens, Guilherme Leal se viu demitido por malufistas, foi trabalhar com cosméticos sem entender nada do assunto, ficou bilionário e acabou entrando para a política

MARCOS SÁ CORRÊA

O empresário Guilherme Peirão Leal, candidato a vice-presidente de Marina Silva, deve aos piores vícios da política brasileira seus melhores superlativos. Foi dela que veio o empurrão inaugural para a carreira de fortuna e militância que o trouxe ao Partido Verde. Tudo porque, com um gesto banal e sumário, a política o tirou do primeiro e único emprego público que exerceu na vida. Tratava-se do cargo de superintendente da Ferrovia Paulista s.a., a falecida Fepasa. Lá, antes dos 30 anos, ele era chamado de “Dr. Guilherme”, chefiava 600 pessoas e não podia virar as costas do gabinete em viagens de inspeção sem, na volta, três dias depois, encontrar a mesa coberta de papéis. “Mas assim, de lado a lado”, ele recordou. Na estatal, tudo virava processo. “O trem atropelava uma vaca? Tome processo.”

Mas não faltou informalidade a seu ato de despedida. Um dia, chegaram a seu gabinete um bando de afilhados políticos do novo governador paulista. No caso, Paulo Maluf. Mas poderia ter sido outro. E Leal, embora estivesse ali sem indicação partidária, nomeado por um diretor no governo Paulo Egydio Martins, ouviu do grupo que começava então uma nova administração naquele ramal secundário da máquina que faz o poder girar em torno do poder. “Não quiseram nem saber onde é que se acendia a luz.”

Com ele, saíram três funcionários de confiança. Inclusive o engenheiro e administrador Pedro Luiz Barreiro Passos, que acompanha até hoje sua trajetória na iniciativa privada, como o terceiro sócio da Natura. “Começa assim a minha história”, disse o candidato, em viagem de campanha,

refastelado na poltrona de seu Legacy 600 como se estivesse num trono alado.

O jatinho executivo de 14 lugares, fabricado pela Embraer e cotado em 23 milhões de dólares, cheira a couro novo. O prazer que a história da demissão e a poltrona lhe davam naquele instante transparecia no sorriso que, em ocasiões semelhantes, levanta em arco sua sobancelha direita, transbordando os óculos sisudos de armação escura. Eis um bilionário que considera o dinheiro um ingrediente tão natural das grandes realizações humanas como a essência de pripioca, uma erva perfumada da Amazônia que a Natura põe em seus frascos.

O biólogo Cláudio Pádua, que Leal chama de “meu irmão”, testou sem querer essa fórmula, comentando a sobregarga da fortuna incomensurável. Leal respondeu a Pádua na mesma hora: “É, mas dá para comprar cada brinquedinho!” Brinquedinho, nessa escala de consumo, é jato, helicóptero, lancha e, se possível, toda a paisagem que a vista de suas janelas alcança. Isso é que se chama ir longe, sobretudo quando se começou o currículo de trem.

Cláudio Pádua, fundador do Instituto de Pesquisas Ecológicas, viga-mestra do mecenato ambiental patrocinado pela Natura, é uma espécie de Guilherme Leal pelo avesso. Largou aos 30 anos a presidência de uma indústria farmacêutica no Rio de Janeiro, roeu todo seu patrimônio estudando biologia, desde o bê-á-bá ao doutorado na Flórida – e acabou militando em conservação ao constatar que era inútil conhecer passo a passo a intimidade dos micos-leões-pretos enquanto se esvai a floresta onde eles vivem no Morro do Diabo, no extremo oeste de São Paulo.

A Fepasa era uma estatal em fim de linha quando a mudança do governo paulista demitiu Leal. Operava as sobras de estradas de ferro privadas, que transbordavam as fronteiras do estado para Minas Gerais e Goiás. Acabaria engolida pela Rede Ferroviária Federal, que pilotou o seu desmanche, antes que ela mesma virasse sucata no apogeu político das privatizações.

Mas o Brasil que estava liquidando seus trens na bacia das almas era o mesmo que, em três décadas, viraria um dos três maiores mercados do mundo no ramo dos cosméticos. No fim da década de 90, ao mesmo tempo em que mastodontes de aço e quilômetros de vias férreas evaporavam sem deixar rastro, Guilherme Leal, como sócio da Natura, tornava cada vez mais sólida sua presença numa indústria essencialmente volátil. Chegaria à revista americana *Forbes*, em 2006, como a 562^o pessoa mais rica do mundo. No Brasil, era o nono de uma lista onde o nome de Eike Batista ainda não aparecia nem em décimo lugar.

Para guindá-lo ao panteão da *Forbes*, a Natura quintuplicara seu faturamento entre 1994 e 1997. E abriu seu capital na Bolsa de Valores de São Paulo em 2004. A revista oficializou-o como *self made man* num limbo geralmente reservado a herdeiros. E, como ele mesmo repete sem parar nessa temporada de campanha presidencial, “de herança, o que tive de bom mesmo foi educação básica”. Seu pai era fiscal de renda em Santos. E, quando o orçamento da família apertou, ele já estava em condições de entrar por sua própria conta na Universidade de São Paulo, fazendo à noite em curso gratuito a faculdade de economia e administração.

Aos 60 anos, ao se registrar como candidato a vice-presidente pelo Partido Verde, Leal declarou à justiça eleitoral um patrimônio de 1,19 bilhão de reais. Como ele gosta de dizer, “o mundo gira”. Gira tanto que, em 2006, a Natura contratou, como diretor de Sustentabilidade, o engenheiro Marcos Egydio Martins. Nada mais, nada menos que o filho do governador Paulo Egydio Martins, em cujo governo Guilherme Leal chegara à Fepasa.

O cargo na estatal deixou-lhe marcas indelévels. Cabia-lhe velar pelo patrimônio da Fepasa, inclusive “ramais no meio do nada” e “verdadeiras antiguidades”. Tomava conta de 17 hortos e, ao se empossar, “mal sabia o que era isso”. Resolveu conhecer todos eles. A cada dois meses visitava três hortos. Encontrou até terrenos baldios “tomados por formigueiros”.

Estava botando, sem notar, o primeiro pé no ambientalismo. Os hortos da Fepasa têm *pedigree* ilustre. Serviram de trincheira, no início do século xx, às primeiras experiências botânicas com o intuito de substituir a madeira nativa

que não supriria indefinidamente de lenha para as fornalhas e dormentes para os trilhos. Naquela época, progresso só andava de trem, puxado a maria-fumaça.

A Companhia Paulista de Estradas de Ferro criou os Hortos Florestais sob o comando do agrônomo Edmundo Navarro de Andrade, que elegera o eucalipto, em 1906, como a árvore ideal para repor o que as matas originais iam perdendo. Navarro tinha a visão e a cegueira dos grandes devotos. Cobriu com eucaliptos 172 quilômetros quadrados de terras nuas. E condenou a mata atlântica como “feia, baixa, insalubre e desigual”. O fato é que um dos maiores vestígios da Fepasa é atualmente a Floresta Estadual Navarro de Andrade. Ou seja, o horto de Rio Claro.

Guilherme Leal saiu da Fepasa “com a pele engrossada”. Desempregado, rebarbou um convite para se enterrar na Nuclebrás. “Com filho e tudo”, preferiu “vender meio terreninho que tinha na Vila Viana, raspar meu fundo de garantia” e comprar de distribuidores em Santa Catarina um pedaço da Natura. De quebra, arrastou na aventura empresarial o engenheiro Pedro Passos. Tudo isso “aconteceu em um mês”. Ele não entendia nada de cosméticos. Mas uma de suas características é, como diz, “entrar de cabeça nas coisas”.

A empresa já se chamava Natura. Por quê, ele não sabe explicar. Mas garante que, “como nada é por acaso”, o “nome já estava lá”, esperando pelos extratos de plantas nativas que ligaria a marca à natureza. A fábrica não passava de uma loja na rua Oscar Freire que vendia produtos manipulados em fundo de quintal. Foi deixada ali por um francês que se mudou para a Argentina.

O autoditada Antônio Luiz Seabra, que vinha da Remington Rand, onde, por lidar com barbeadores elétricos, achava que sabia alguma coisa de pele, se associou ao filho do fundador para manter a loja viva. Quem criou o espírito de unidade interna – medido por questionários da empresa em 71% de satisfação – foi Seabra, por volta de 1979, quando comandava mil “consultoras” – as vendedoras. Mais tarde, a equipe se expandiu para outras praças usando a mesma fórmula, por meio da distribuidora Pró Estética, que

Guilherme Leal criou. Mas Seabra jamais perdeu, no triunvirato, o papel do sócio que entende de cosméticos e acredita que neles reside a chave das relações de uma pessoa consigo mesma.

Na empresa, ele tem fama de filósofo. É dele o “bem estar bem” que a Natura adotou como lema, e os publicitários nunca mais alteraram. Soa um tanto obscuro. Mas parece funcionar impecavelmente como lema nas batalhas do mercado. Atribui-se também a Seabra o dom de, mesmo engastando em discursos internos citações do neoplatônico Plotino, levar às lágrimas suas “consultoras”. Vendendo produtos de porta em porta, às amigas ou em locais de trabalho, elas se sentem mensageiras de um novo modo de vida.

Na pré-história da cosmética nacional, lá pelos anos 50, houve um “trio maravilhoso”, formado pelo sabonete, o talco e a água de colônia Regina. A Natura tem um “trio maravilhoso” para seu próprio consumo. Nele, coube a Seabra o papel de manter unido e coeso um exército de 850 mil “pequenas empreendedoras” que, espalhadas pelo Brasil e sete países sulamericanos, aposta seu sucesso na marca. Isso não se faz só com marqueteiro. A linha Mamãe & Bebê, por exemplo, depois de pronta, levou dois anos para ser lançada. Só saiu depois que Seabra leu, ninguém sabe onde, um artigo sobre a *shantala*, uma técnica milenar de massagem indiana que o médico francês Frederic Leboyer desencavou como um poderoso aditivo às relações maternas com os recém-nascidos.

Guilherme Leal representa, no trio, o investimento em conservação da natureza. Mas custou a olhar sem reservas o uso de essências nativas nos produtos da marca, alegando que o que funciona mesmo num cosmético é a tecnologia, e não a adição de substâncias mágicas. Espelhava-se no fiasco da Body Shop, que enxertava os mais impronunciáveis mistérios da selva amazônica em fórmulas onde o que funcionava mesmo era o detergente comum. Ele se aproximou com relutância desse terreno pantanoso onde fornecedores bissextos detêm o monopólio de ingredientes escassos e sazonais. Mas acabou virando o mais notório advogado de sua integração ao processo industrial.

Sob as intuições de Seabra e Leal, Pedro Passos mantinha a fábrica nos trilhos. E o fato é que ela disparou. Antes mesmo de se formar o trio, Seabra já sabia que o balcão da Oscar Freire não conseguia acompanhar o aumento de vendas. Passou a imitar a Avon, só que investindo mais em treinamento da equipe. Deu a largada com mil consultoras, que nunca permitiu chamar meramente de “vendedoras”. Elas seriam mais de 80 mil no fim da década de 1980.

Foi mais ou menos nessa época que a publicitária Marisa Caldas desembarcou na Natura, mandada pela agência do advogado Ricardo Guimarães. “Sou do tempo em que os donos comiam no restaurante da fábrica e conheciam as pessoas pelos nomes.” Ela fazia, para o grupo, “uma revistinha”, distribuída entre as consultoras a cada 28 dias, a *Ser Natura*. “Discutia cada edição com os três presidentes. Eram reuniões de oito horas. E eles lá, firmes. Metiam-se em tudo”, ela conta.

Do alto de sua própria agência, a mc Comunicações, e de tantos anos de relação com Guilherme Leal que dá para chamar de “amizade”, Marisa se arrisca a resumir seu temperamento – “muito intenso, muito exigente e muito brabo” – como de “um geniozinho do cão”. Provou-o na estreia da linha Chronos.

De saída, a Chronos vendeu mais do que se esperava. Faltou produto no lançamento para tanta encomenda. “O Guilherme exigiu que fizéssemos um cartão pedindo desculpas aos clientes. Era assinado pelos três presidentes. E ia na caixa de cada consultora.” Pronto o cartão, os donos quiseram ver o resultado. “Guilherme não entendeu por que tínhamos abreviado os nomes. Tive de refazer todo o desenho, para caberem os nomes por extenso.” Uma vez, ela viu um gerente sair de sua sala quase chorando. Aconselhou-o a ser menos explosivo: “Nessas horas você perde a noção de que, do alto de sua cadeira, tem quatro metros de altura.”

Mas foi assim que a Natura disparou. Nos anos 80, na chamada “década perdida”, o faturamento pulou de 5 para 170 milhões de dólares. Ficou tão grande que foi preciso consolidá-la, fundindo 88 firmas. “Foi um processo

difícil, e acelerei demais”, disse. “E assim, em 1987, veio o infarto. Aos 37 anos de idade. Quase necessário: *stop.*”

Recuperou-se sem cirurgia. Aproveitou a parada para reflexões do gênero “não seja arrogante, você bateu na trave, pare e pense”. Desde então, fala com frequência em mudar de ritmo, largar compromissos. E não para de acumulá-los. Em 1994, a Natura teve 92% de crescimento. E ele estava às voltas com o Crer para Ver, um projeto batizado segundo o Novo Testamento, pregando que é preciso fé para fazer as coisas acontecerem e, fazendo, enxergá-las.

Estava nascendo o Guilherme “real” que semanas atrás, já na campanha de Marina Silva, foi ao subúrbio de Vigário Geral, na Zona Norte do Rio, e conseguiu dizer na quadra do AfroReggae, sem gaguejar, que “em 2006 eu vivia numa depressão cívica, desiludido com a política”, quando o movimento “mudou minha vida”. É possível reconhecer nos discursos, entrevistas e debates o instante exato em que ele deixa de falar a primeira coisa que lhe vem à cabeça e começa a procurar – em intervalos de “é... é... é...” – o que provavelmente os tutores da candidatura lhe recomendaram não esquecer.

Ali, ele não titubeou. De fato, há décadas os movimentos vêm mudando sua vida. É discutível se, do ponto de vista cardiológico, foi para melhor. Mas ele pode se vangloriar de conhecer de perto “a tal bagunça brasileira”. Aprendeu com “a diversidade de gebre vendendo cosmético em Serra Pelada. Com a diversidade de sotaques brasileiros que ouvia nas convenções da empresa”. Em suma, “quer ser suíço, vá para a Suíça”. Ele está há anos em campanha para ser legitimamente bilionário no Brasil. Só que o Brasil dele nunca é exatamente este que está aí.

Ele bem que tenta. Pode-se andar dias atrás dele, sem reconhecer qualquer mudança no blazer azul-marinho, nas calças cinzas e na camisa social sem gravata, que adotou como uniforme de trabalho. Essa informalidade num homem tenso tem, nos debates da campanha, o efeito paradoxal de fazer o deputado Michel Temer – sempre enfatotado como candidato a vice de Dilma Rousseff – parecer que está a seu lado porque a qualquer momento o vice de Marina Silva pode precisar de um mordomo.

Um dos seus luxos é circular sem guarda-costas. Sérgio Leitão, diretor do Greenpeace Brasil, desvendou esse flanco ao fim de uma noite de discussões intermináveis, que acabou num jantar no restaurante Tordesilhas, da rua Bela Cintra, na capital paulista. “Guilherme apareceu por lá, e se juntou ao grupo. Na saída, ficamos todos na fila dos manobristas. Ele também”, conta Leitão. O vice da candidata verde aguardou a chegada de sua Mercedes, e saiu dali dirigindo como qualquer sem-motorista.

Tudo indica ser essa mais uma regra do que exceção. Como carona de Leal, Marisa Caldas assustou-se ao vê-lo parar numa esquina da avenida Faria Lima e sair da sombra um vulto que perguntava ou oferecia qualquer coisa na janela do motorista. “E só então eu reparei no vidro aberto”, diz ela. Viver assim no Brasil pode ser o primeiro passo para torná-lo meio diferente.

Mas isso não basta para um empresário que quer ser chamado de “empreendedor”, mesmo quando seu empreendedorismo se reduz a pura ansiedade e ele é apanhado em flagrante andando de um lado para o outro por causa de um pequeno atraso em sua comitiva. “Empreendedor tem que ser assim”, ele esclarece. Ultimamente, depois de sete anos de abstinência, voltou a fumar. E, com o tempo curto até para isso, depois de duas ou três tragadas num Dunhill escuro, esmaga a brasa até apagar o menor lume e enfia a bagana no bolso do paletó de caxemira, para não deixar nada no chão.

Ricardo Guimarães, da Thymus Branding, tem a reputação de ser quem melhor conhece Guilherme Leal. Antes de abrir o capital da Natura, os três donos foram investigar o que restaria da identidade da empresa com a soma de personalidades tão singulares. Também para tomar a decisão de entrar na chapa de Marina Silva este ano, Leal passou antes por lá. “Não para me ouvir, mas para se ouvir”, explica Guimarães.

Seja o que for que as pessoas ouvem nesses exercícios, é coisa que deve valer muito dinheiro. Não fosse assim, a Thymus não estaria instalada com tamanha largueza na torre do edifício San Paolo, na Avenida Faria Lima. Guimarães termina o almoço em seu gabinete com uma sugestão para quem pretende compreender a Natura e seu principal avatar: “Tudo o que você achar que só pode ser marketing pode ter a certeza de que não é.”

A postura vem de longe. Nos primórdios da fábrica em Itapeverica da Serra, na região metropolitana de São Paulo, uma faxineira jogou água numa área eletrificada e morreu do choque. Não faltou conselho do departamento jurídico para remover o corpo e enterrar o episódio como fatalidade. Leal não deixou. “É nossa responsabilidade.” Encarou o processo inteiro e negociou a indenização com a família.

Recolhido a sua casa de praia em Cabo Frio, no litoral norte do Rio de Janeiro, desde que sofreu um infarto e deixou para trás 12 anos de quedas de braço no Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável, o engenheiro Fernando Almeida confessa que, de perto, a palavra “sustentabilidade” raramente confere com o que diz a publicidade sobre a conversão em massa do empresariado nacional. Mas está com um livro na praça, onde ressalva que, no Brasil, a Natura “é singular”. Não só porque vai “às matas nativas buscar matérias-primas para seus cosméticos”. Mas, sobretudo, “por fazer isso valorizando esses materiais, os seres humanos que os coletam e os ciclos da natureza que os produzem”.

Por exemplo, a andiroba. Árvore típica da Amazônia, cujo óleo de propriedades medicinais rendeu a base da linha Ekos, “ela tornou-se um dos lançamentos que mais contribuíram para o crescimento assombroso da empresa”. E não foi pouco: na era d.E. (depois da Ekos) a receita saltou de 3,2 bilhões de reais em 2005 para 4,3 em 2008. “A andiroba é comprada de famílias do Médio Juruá, na reserva extrativista do Caruari, no Amazonas, onde só são feitas colheitas em março e abril, depois das chuvas, seguindo as normas do Forest Stewardship Council, certificador internacional”, esclarece Almeida. Segundo o engenheiro, as mesmas normas são adotadas para o uso de pitanga, cacau, buriti, castanha, cupuaçu, copaíba, erva-mate, cumaru e o breu-branco.

Em 2005, porém, com seus catálogos já repletos de jargão do extrativismo, a empresa de Leal teve que fazer acordo em juízo com ervateiras do Mercado do Ver-o-Peso, em Belém, que a denunciaram por apropriação indébita de “saberes tradicionais”. A moda tinha se disseminado.

Pioneira em vender em 1983 parte de seus produtos em embalagens tipo refil, a Natura também foi a primeira empresa da América Latina a publicar um

relatório de sustentabilidade nos padrões do Global Reporting Initiative. E a banir os testes com animais, substituídos por peles artificiais que só podem ser testadas em laboratórios na França. Em 2008 bancou sozinha o fornecimento de água encanada em Iratapuru, no Amapá.

Outras coisas tendem a soar virtuais, por pouco perceptíveis. O álcool orgânico adotado em 2007, por exemplo, só deve provocar alguma sensação diferente em maníacos de ler rótulos. Um ano antes, em nome de um sistema próprio de combate aos gases do efeito estufa, calculou em 270 mil toneladas – bem acima do que realmente foram – suas emissões de carbono. Não podendo eliminá-las, compensou as sobras bancando projetos de reflorestamento e pequenas hidrelétricas.

A nova fábrica da Natura, inaugurada há nove anos em Cajamar, num biombo de mata na região metropolitana de São Paulo, obrigou o arquiteto Roberto Loeb a botar em prática tudo o que soa abstrato. O prédio é escancarado para o exterior. As paredes internas são translúcidas. O conjunto fica no meio de jardins, entre colinas florestadas, onde na hora do almoço os funcionários são praticamente induzidos a passear. Reaproveita-se toda a água utilizada industrialmente. As válvulas nos banheiros são quase avarentas. A iluminação e a ventilação são naturais. E quinze jaboticabeiras, compradas a 800 reais a muda, cujas frutas podem ser colhidas por quem passa pelas alamedas.

Dentro da nova fábrica, a rotina dos funcionários também foi radicalmente afetada, segundo Alessandra Pinheiro, que tem 20 anos de Natura. Ainda na adolescência, fora atraída por uma consultora da empresa que a fez cheirar as amostras de um batom e um perfume no shopping onde trabalhava. Passado um ano, tornou-se promotora de vendas. Hoje é gerente de eventos, treina consultoras pelo Brasil e aplica na vida o que prega lá fora.

“Este ano, por exemplo, por conta do Edital de Carbono Neutro, substituímos o envio de displays e banners por materiais perenes e reaproveitáveis”, explica Alessandra. Em casa, passou “a fazer reciclagem de lixo”. E converteu as irmãs. Lava e passa só uma vez por semana, reutiliza as próprias bolsas nos supermercados, e nunca mais pegou em sacolas plásticas.

Isso significa que Guilherme Leal tem uma retaguarda de eleitores estocada na fábrica, pronta para inflar de votos a chapa do PV? “Não!” Ele quase grita ao ouvir a pergunta. A Natura não tem nada a ver com seu investimento pessoal nesta eleição – onde, por sinal, começou doando 2,5 milhões de reais. O novo presidente da empresa, Alessandro Carlucci, que é uma tarimbada cria da casa, apareceu na rede interna de internet reiterando que a firma não tem nem recomenda candidatos.

A busca da tal “diversidade brasileira” é um projeto próprio de Guilherme Leal, desde que se convenceu de que “os negócios são importantes demais para ficar à margem da política e dos projetos de interesse público”. E acrescenta: “Historicamente, sempre participei de coisas fora da empresa. Continuamente, desde que lá cheguei.”

Que o diga o ex-empresário Oded Grajew, um infatigável fabricante de movimentos para sacudir a poeira do empresariado nacional. “Somos ambos santistas”, diz Grajew. “Temos nossas horas de contar piadas, jogar conversa fora, viajar juntos. Deixei de ser empresário. Acumulei recursos que me permitem viver.”

Isso dito, Grajew começa “uma história longa”. Em 1988, ele lançou o Pensamento Nacional das Bases Empresariais. O PNBE brotou dentro da Fiesp. Derivava de uma reação ao regime militar e à estatização. Também foi às ruas bradar pelo impeachment do presidente Fernando Collor. “Nesta época, o Guilherme já era bem-sucedido e participava das reuniões. Mas”, ressalva Grajew, “não me lembro dele na manifestação que fizemos no largo de São Francisco, com a prefeita Luiza Erundina, o presidente da UNE Lindberg Farias, o Jair Meneguelli da CUT...”

Em 1990, quando Grajew criou a Abring, o fundo destinado a bancar pequenos projetos sociais, Leal juntou-se à empreitada como membro do seu Conselho de Administração. Foi dali que brotou o Crer para Ver, programa de apoio ao ensino básico de qualidade que virou a menina dos olhos da Natura e envolvia diretamente o exército de consultoras da empresa. “Guilherme e eu trocávamos ideias, ele desenvolvia os conceitos, era bastante assíduo nas

reuniões trimestrais. Ele demora a assumir compromissos, mas quando assume é para valer. Ele continuou. Eu saí”, diz Grajew.

Foi então que nasceu o Instituto Ethos, do qual Guilherme Leal foi o primeiro presidente do conselho. Naquele ano de 1998 mal se falava em sustentabilidade ou em responsabilidade social no Brasil. O Ethos, cria de um grupo de empresários e executivos da iniciativa privada, importou ao pé da letra a cartilha da Global Reporting Initiative, documento preparatório da Rio-92. À mesma época, o bilionário suíço Stephan Schmidheiny convocava cinquenta mandachuvas dos negócios no mundo inteiro para lançar as bases de um capitalismo que não distribuísse pobreza nem esgotasse recursos naturais.

O próprio Schmidheiny mudou mais do que o capitalismo e o comunismo juntos. Começou vendendo a Eternit, que já fazia parte dos brasões da família e com ela livrou-se das críticas por usar o amianto, uma substância cancerígena, na produção de telhas. Além de outros negócios, passou adiante a Swatch, com lucros estratosféricos. Em 1994 criou a Avina, um fundo que banca cerca de dois mil projetos sociais e ambientais na América Latina, e radicalizou: em 2003, livrou-se, de uma só penada, de todas as suas 37 empresas no continente, assinando na Costa Rica um cheque simbólico de 1,1 bilhão de dólares. Além disso, montou um navio oceanográfico, convidou os melhores especialistas para estudar os efeitos da mudança climática na Antártida e participou das pesquisas como piloto de helicóptero e minisubmarinos, até ser tirado do front por um infarto.

Schmidheiny, além de amigo, é um dos modelos filantrópicos de Guilherme Leal, que não precisou seguir-lhe os passos e foi abrir frentes alhures. O Movimento Nossa São Paulo, por exemplo, foi concebido durante uma viagem à Holanda para a reunião da Global Reporting Initiative. Leal e Grajew, sempre os dois, conversavam em Amsterdã – ou melhor, “jantávamos, tomávamos vinho e passeávamos nos canais”, diz Oded – quando ocorreu a megarrebelião nos presídios de São Paulo, com ameaça de toque de recolher. Decidiram ali mesmo que iriam a Bogotá, capital da Colômbia e da violência urbana da

época, ver de perto que medidas estavam sendo tomadas para a população reaver o direito de usar livremente sua capital.

Da ata de lançamento do Nossa São Paulo consta a assinatura de “Guilherme Peirão Leal, brasileiro, divorciado, administrador de empresas”. É um garrancho tão ilegível, com seus traços que lembram os arabescos de grafiteiros, que embaixo o tabelião acrescentou a lápis “G.P.L.”. O manifesto de lançamento comprometia-se a “construir uma força política, social e econômica e comprometer a sociedade e sucessivos governos com uma agenda e um conjunto de metas”. Em suma, com a “qualidade de vida”.

Hoje, Leal não se arrisca a dizer até que ponto a Nossa São Paulo deu certo: “Não há dúvida de que até então não existiam informações sobre os equipamentos das 31 subprefeituras da capital, e que hoje, graças ao movimento, eles existem.” Falta o governo usar.

Segundo Grajew, “o propósito de Guilherme agora é desmontar o discurso de quem associa a defesa do meio ambiente a uma oposição ao crescimento econômico. Para tanto, desconstrói a conversa de que ou o sujeito é ético e falido, ou antiético e bem-sucedido”. Para quem segue os seus passos fora da Natura há mais de três décadas, ele parece estar sempre fazendo mais ou menos as mesmas coisas, através de movimentos que reúnem mais ou menos as mesmas pessoas sob bandeiras variadas.

Com isso, tornou-se perito em cruzar fronteiras que na sociedade brasileira parecem fortificadas. Para salvar da falência “e de uma oligarquia” o Santos Futebol Clube, por exemplo, Guilherme Leal convocou um amigo de infância, o economista Álvaro de Souza, que fora vice-presidente do Citibank em Nova York. “Nos conhecíamos desde o tempo de estudantes, ele em colégio particular, eu em escola pública, porque a família Peirão tem uma certa importância lá em Santos. Mas nos perdemos um do outro”, lembra Souza.

Reencontraram-se quando Souza voltou ao Brasil, porque ambos integravam o conselho do WWF. E, via WWF, Souza viu-se convocado a batalhar no Resgate Santista, que, através do Guia (Gestão Unificada de Inteligência e Apoio ao Santos Futebol Clube), arregimentou o publicitário Celso Loducca, o banqueiro

Fabio Barbosa, o presidente da Oi, Luiz Eduardo Falco e, como sempre, Grajew. Hoje, o ex-vice-presidente do Citi está encarregado da arrecadação para a campanha de Marina Silva. A primeira rodada de chapéu foi um sucesso. Levantou 4,5 milhões de reais, contra 3 milhões do ex-governador José Serra. Pelo menos esse sonho virou realidade? “Não”, responde Leal. “Nosso sonho era termos 500 mil doadores, cada um dando 10 reais. Mas partimos de poucos doando muito.”

O círculo de relações pessoais de Leal é, mais do que vasto, elíptico. Inclui o físico austríaco Fritjof Capra, autor de *O Tao da Física*, que dirige em Berkeley, na Califórnia, um centro de educação ecológica. Quando Leal se refere à “grande teia universal que encarna todas as coisas” está, na verdade, tornando suas as palavras de Capra.

Mas é o instituto Arapyauú que parece ser a aposta definitiva de Guilherme Leal para arrumar a sociedade e salvar a natureza, colocando o máximo de fichas da educação. O nome foi encomendado a Kaká Werá, o escritor e blogueiro paulista que se define “como uma dessas pessoas que o Guilherme foi conhecendo”. Ele descende de índios desaldeados de Montes Claros, Minas Gerais. Formou-se numa comunidade guarani com o chefe Alcebíades Werá. Trabalhou na Secretaria de Cultura de São Paulo. E aos 46 anos, com cinco livros publicados, conselheiro do Bovespa Ambiental, é uma autoridade em mitologia guarani.

Em Cajamar, foi chamado para benzer o terreno onde se ergueria a fábrica. E no Arapyauú, antes mesmo de dar a aula inaugural, Kaká Werá ficou incumbido de procurar um nome que incorporasse o projeto inteiro numa palavra só. “Ele queria um nome que significasse algo como utopia realizável”, disse Kaká. Leal parece ter uma queda por nomes carregados de intenções. A empresa que administra a fortuna da família se chama Janus, o deus romano das entradas e portas. Um de seus fundos de investimento, onde tem quase 5,8 milhões de reais, é a Utopia Participações s.a. O nome que Kaká Werá cunhou significa, “no sentido literal, tempo, e no sentido sagrado, começo”.

Ele conheceu o empresário “uns nove anos atrás”, quando a Natura quis trabalhar com comunidades fornecedoras de matérias-primas para a linha

Ekos. “Eu conhecia algumas lideranças, e ele queria uma coisa concreta. Não adiantava só o acerto com as cooperativas de produtores”, lembra Kaká Werá. “No começo”, prossegue o escritor-blogueiro, “ele queria tratar só com índios, mas eu disse que não daria certo. Os índios têm dificuldades de lidar com empresas. Já os caboclos e ribeirinhos têm mais vínculos com o mundo externo, nas periferias do Pará e do Acre. Achei Guilherme uma pessoa realmente identificada com essas questões”.

O Arapyaú deslanchou, no ano passado, com a primeira turma de mestrado profissional da Escola Superior de Conservação Ambiental e Sustentabilidade. O programa de mestrado é do Instituto de Pesquisas Ecológicas, o braço educacional de uma ong socioambiental que Suzana e Cláudio Pádua criaram há 22 anos. Hoje, ele é apadrinhado pela Natura e pelo Arapyaú. Oferece programas de pós-graduação a quem trabalhe com bem-estar social e conservação da natureza.

O Ipê é uma das ongs brasileiras mais premiadas no exterior. Mas sempre viveu em ritmo de ong até que um dia Guilherme Leal, voltando com Cláudio Pádua de uma reunião do Conselho do Fundo Brasileiro para a Biodiversidade, resolveu visitar a sede. Ouviu as explicações de praxe sobre as dificuldades para tocar os projetos. E lá pelas tantas cortou a ladainha: “Eu quero saber qual é o sonho de vocês”. E passou a realizá-lo. O Ipê está ganhando um campus novinho em folha em Nazaré Paulista que tem os mesmos princípios de arquitetura que modelaram a fábrica de Cajamar – espaço escancarado a tudo o que tem a seu redor.

Com a didática do Ipê e os recursos do Arapyaú, a Escola Superior de Conservação Ambiental e Sustentabilidade foi parar em Serra Grande, no sul da Bahia. Ali, no distrito de Uruçuca, diante de quase 20 quilômetros de praias selvagens, Leal decidiu mostrar que o Brasil pode progredir muito se ficar mais parecido com o que sempre teve de melhor. É um lugar ainda parecido com o que foi descrito na carta do descobrimento por Pero Vaz de Caminha. Leal acha que, mais cedo do que imagina, a população do planeta vai precisar de refúgios assim. Ou será – como ele martela em entrevistas, palestras e debates – que “o paulistano vai querer sempre comprar carro novo para ficar

quatro horas engarrafado todo dia?" Ou "vamos continuar para sempre tendo 200 milhões de hectares para a pecuária e criando um boi por hectare?"

O sul da Bahia pareceu-lhe um lugar sob medida para quem investe em utopias. Desconfia que chegou ali no momento justo, "quando estava mesmo precisando de um lugar para integrar minhas crenças com meu lazer". Nada a ver com a decisão imobiliária de 24 anos atrás, quando comprou um terreno para fazer casa de praia em Bertioga, no litoral paulista. "Mas, na época, por menos que se falasse em impacto ambiental, já estava arraigada aquela ideia de que, encontrando um local bonito, é bom construir logo, antes que ele fique feio."

No Pontal da Barra do Tijuípe, na costa baiana, ele imaginou que daria para fazer o contrário. Escolheu um lugar que daqui a 30 anos pudesse estar muito melhor do que hoje. Comprou uma fazenda e levou para a sua ideia – ou melhor, de Capra – de que todas as coisas no planeta estão inextricavelmente ligadas: "Se quero cuidar do rio que passa em minhas terras, então tenho que cuidar da cidade, porque o rio também passa por lá."

Num lugar cujo maior centro urbano se chama Serra Grande e tem cerca de 3 mil habitantes, um vizinho bilionário com essas intenções pode fazer muita diferença. Há dois anos, os cursos de pós-graduação do Ipê abriram vagas em Serra Grande. As vagas se destinam a treinar a mão de obra capaz de fazer manejo de madeira nativa, arquitetura integrada ao meio, casas populares com saneamento, agricultura orgânica e reflorestamento. Também se destina a restaurar a economia cacaujeira, que sempre foi a peça de resistência na região, por meio de uma indústria mais artesanal que produza chocolates finos e de origem controlada

Enquanto isso, ele planta pau-brasil, ipê e sapucaia nos 80 hectares de pastos queimados que encontrou em suas terras. Quase foi multado pelo Ibama porque estava mexendo num samambaial, o que é proibido numa Área de Proteção Ambiental. Encrespou-se, para exibir mais uma vez o velho temperamento explosivo? Que nada. Tratou o assunto como um aliado incondicional dos fiscais: "Se o Ibama foi lá, cumpriu seu papel. Até me fez um favor. E se tiver um erro na terceira casa decimal, pode agir que eu corrijo."

Se há megalomania, no caso de Serra Grande, é o “projeto Bellagio”. Ou seja, a intenção de atrair para aquele fim de mundo um foro internacional dedicado à livre troca de ideias. Algo como o projeto da Fundação Rockefeller, à beira do lago de Como, no norte da Itália. O similar baiano será “um centro de meditação”.

Estava nesse pé quando chegou a Serra Grande, dois anos atrás, a notícia de que o governo baiano planejava ceder a um porto de minério de ferro – o chamado Projeto Porto Sul – aquela relíquia do litoral, guardada por matas nativas, baías azuis e rios translúcidos. Leal teve uma crise digestiva ao saber da novidade. Foi transferido de jatinho para São Paulo, passou quatro dias na uti e, ao sair de lá, espantou os amigos mais íntimos, comprando por 35 milhões de reais uma casa no Jardim Europa que parecia enalhada no preço estratosférico. Não volta a Serra Grande desde o dia 12 de janeiro. Sinal de que estaria mudando mais uma vez de direção?

Numa pausa da campanha a vice-presidente, ele atacou a pergunta pela retaguarda: “Eu não esperava ser rico como fiquei. E não quero botar energia negativa em minha vida. Estava fazendo tudo aquilo na Bahia porque queria realizar uma coisa nova, mostrar que há outras formas de mudar a vida das pessoas e fazer desenvolvimento econômico.” Para ele, o caso do Porto Sul é o epicentro do que está em jogo em todo o Brasil: “Mostra o poder que a política brasileira Guilherme Leal e Marina Silva custaram a se encontrar. Ele a viu na posse de Lula, em 2003. E se impressionou com os aplausos que ela recebeu ao assumir a pasta do Meio Ambiente. Mais tarde, a ministra visitou a Natura e ele não estava. Em seguida, ele foi ao Acre e ela estava em Brasília.

Acabou conhecendo sua companheira de chapa em São Paulo, no Museu da Casa Brasileira. Depois, num almoço com Claude Martin, diretor do WWF, ouviu-a falar do Arpa, um fundo para aquisição de áreas a serem salvas na Amazônia. A ministra provocou-o, dizendo que seu concorrente Miguel Krigsner, dono do grupo Boticário, tinha doado um milhão de dólares ao Arpa. “E doei a mesma coisa, para manter o tom de desafio”, ele disse.

Poderia ter ficado por isso mesmo. Mas, de lá para cá, ambos aprenderam que não basta comprar um pedaço da Amazônia ou da Bahia para ter no futuro um

Brasil para chamar de seu. Juntos, eles formaram nesta eleição presidencial uma chapa que parece menor do que a biografia de cada um deles. Mas Guilherme Leal passou os últimos meses dizendo que Marina Silva cresceu à prova de derrotas, ao nascer seringueira. E dele a política brasileira já tentou se livrar uma vez. Deu no que deu.