

Camila Freitas<sup>1</sup>

Kátia Regina Souza<sup>2</sup>

**Resumo:** Neste trabalho, analisamos dois perfis jornalísticos presentes na edição brasileira da revista *Rolling Stone*, publicados nos meses de julho e setembro de 2015. Nosso objetivo é entender como os quatro recursos literários – construção cena a cena, detalhe, ponto de vista e diálogo –, defendidos por Wolfe (2005) como essenciais ao Novo Jornalismo, auxiliam os repórteres da *Rolling Stone* a construir os perfis de celebridades. A abordagem metodológica usada foi a Análise de Narrativa (MOTTA, 2013). Ao longo deste texto, discutimos brevemente sobre jornalismo literário, perfil jornalístico, celebridade e Novo Jornalismo. Para tanto, nos amparamos nas ideias de Ferrari e Sodré (1986), Kotscho (2000), Marcondes Filho (2000), Resende (2002), Villas Boas (2003), Antonio Olinto (2008) e Benetti (2013).

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

**Abstract:** In this paper, we analyze two journalistic profiles that were published in the brazilian edition of *Rolling Stone*, in July and September of 2015. The aim of this work is to understand how four literary techniques – the reconstruction scene-by-scene, the detail, the point of view and the dialogue –, defined by Wolfe (2005) as crucial devices of New Journalism, allow *Rolling Stone* reporters to build celebrities profiles. The methodology employed was Narrative Analysis (MOTTA, 2017). Here we briefly discuss literary journalism, journalistic profile, celebrity and New Journalism. This paper relies on the ideas of Ferrari and Sodré (1986), Kotscho (2000), Marcondes Filho (2000), Resende (2002), Villas Boas (2003), Antonio Olinto (2008) and Benetti (2013).

**Keywords:** Literary Journalism. *Rolling Stone*. Profile. Celebrity.

## Introdução

Tanto no jornalismo quanto na literatura, podemos relatar acontecimentos em profundidade, oferecendo informações relevantes

<sup>1</sup> Mestra pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. E-mail: freitas.csiqueira@gmail.com.

<sup>2</sup> Bacharela em Jornalismo pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Pós-graduanda em Produção e Revisão Textual (UniRitter) e Tradução – Inglês (Estácio de Sá). E-mail: contato@katiareginasouza.com

para que se possa compreender a história narrada. Contudo, as duas áreas, quando relacionadas, possuem algumas características antagônicas. Enquanto o jornalismo preza pela objetividade e factualidade, a literatura, ao se utilizar da ficção, não demonstra o mesmo compromisso com a realidade dos fatos. Além disso, considerando o cotidiano agitado das redações, textos complexos costumam ser preferidos em relação às notícias curtas e diretas.

Da confluência desses campos, portanto, se origina o jornalismo literário – dada a preocupação em escrever reportagens mais longas e detalhadas, capazes de gerar um sentimento de identificação entre o leitor e os protagonistas da matéria. Neste contexto, o objetivo ultrapassa a exposição dos fatos, abrindo espaço para a criatividade de estilo e a humanização dos personagens.

Alceu Amoroso Lima (1969) e Antonio Olinto (2008) tratam o jornalismo como um gênero literário, afinal, a literatura se inspira na realidade para contar suas histórias e o jornalismo é igualmente pautado por uma noção de “real”. De acordo com Olinto (2008, p.15), “[...] o plano do jornalismo é de uma literatura para imediato consumo”, marcada pela efemeridade. Já o jornalismo literário se encarrega de não apenas noticiar acontecimentos mundanos, mas de narrar tramas resistentes ao tempo. Amoroso Lima (1969) acredita que o jornalismo é um gênero literário que mantém regras e estilo próprios, à semelhança do romance e da poesia.

Essa aproximação entre jornalismo e literatura é um tanto polêmica. Para Resende (2002), a mera fusão entre os gêneros literário e jornalístico não caracteriza o jornalismo literário porque, se tentarmos classificar ou categorizar essas manifestações, nós iremos restringi-las dentro do conceito de gênero. “O que se sugere é que se pense não na obra que desobedece a seu gênero, mas no texto que

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

Seguindo essa lógica, Pena (2006) apresenta sete aspectos relevantes para compreender a dinâmica do jornalismo literário: a) não ignora por completo os ensinamentos do jornalismo tradicional (tais como a observação, a apuração, clareza, compromisso ético com o relato), b) rompe com a periodicidade e a atualidade, ultrapassando as ocorrências cotidianas, c) proporciona um panorama amplo da “realidade”, d) contribui com a formação do cidadão, e) não se deixa limitar pelo *lead*, f) aborda outras fontes além das oficiais, g) opõe-se à efemeridade do jornalismo diário, visando uma condição perene.

Na fase conhecida como a “pré-história” do jornalismo – de 1631 a 1789, de acordo com a divisão sugerida por Marcondes Filho (2000) –, quando se produzia o jornal artesanalmente, os textos eram marcados pela literariedade. Isso muda no começo do século XIX, na etapa chamada de “Segundo Jornalismo”, momento em que se inicia a produção massiva de periódicos, viabilizada pelos avanços tecnológicos da Revolução Industrial. Porém, em 1960, ganha força um movimento de jornalistas “insatisfeitos” com os métodos formais de apuração e de escrita: o Novo Jornalismo, que valoriza reportagens imersivas, redigidas com o suporte de técnicas de escrita literária. Tom Wolfe (2005) ressalta quatro recursos específicos como definidores do texto dos “novos jornalistas”: a construção cena a cena, o diálogo, o ponto de vista e o detalhe. Esses recursos têm origem na literatura do século XIX, que já buscava aproximar o leitor da história, inserindo-o no universo da narrativa.

A fim de refletir sobre esse enlace entre literatura e jornalismo, neste artigo, analisaremos dois perfis de celebridades publicados em julho e setembro de 2015, na versão brasileira da revista *Rolling Stone*. Como abordagem metodológica, utilizamos a Análise de Narrativa (MOTTA, 2013). Escolhemos a *Rolling Stone* para objeto de estudo, pois suas reportagens frequentemente conciliam jornalismo e literatura, apresentando as celebridades perfiladas tais quais personagens de uma história, na maioria das vezes com um viés humanizador. Os parâmetros para analisar a narrativa das reportagens por nós escolhidas serão os quatro recursos do Novo Jornalismo, elencados por Wolfe (2005), visto que nossa principal intenção é entender de que forma estes recursos auxiliam os repórteres da *Rolling Stone* a construir os perfis de celebridades.

O primeiro perfil analisado, “Mulher de Verdade”, fala sobre Kim Kardashian e foi escrito pela repórter Vanessa Grigoriadis, originalmente em inglês – recebeu tradução para figurar na edição de julho da revista brasileira. O segundo, publicado em setembro, do jornalista Peu Araújo, trata do *rapper* Emicida, sendo intitulado “Força Negra”.



### **1. *Rolling Stone* e o perfil jornalístico**

O jornalismo de revista tem por objetivo ser plural, apresentando diferentes percepções sobre o mundo que busca retratar. De acordo com Benetti (2013), caracteriza-se segundo alguns aspectos centrais – vários deles evidentes na *Rolling Stone*, como a segmentação por público (pessoas interessadas em cultura *pop*, por exemplo), a periodicidade (mensal), a perenidade (há quem colecionem a revista ou matérias específicas publicadas nela), a presença de uma identi-

dade visual marcante (um artifício para chamar a atenção do público-alvo), a tolerância a diferentes estilos de texto (perfis e reportagens escritos com o uso de recursos literários), a possibilidade de estabelecer o que é contemporâneo (ao privilegiar a divulgação de certos artistas) e o fato de tentar instigar emoções e sentimentos nos leitores (o que permite a aproximação do leitor aos personagens perfilados).

Todavia, entre as definições acima listadas, é a segmentação a que melhor define o jornalismo de revista, “exigindo que o jornalista trabalhe com alguns perfis básicos de leitores, cujos interesses e expectativas devem ser contemplados” (BENETTI, 2013, p. 50-51).

A *Rolling Stone*<sup>3</sup> surgiu em um período histórico marcado pela contracultura, um movimento de insatisfação com o conservadorismo e a mídia *mainstream*. Portanto, tendo nascido em um momento conturbado e de revisão de valores, focava nas editorias de política e música, temáticas fortemente conectadas, uma vez que produzir conteúdo alternativo (*underground*) era também uma forma de transgressão. Porém, ao longo do tempo, a *Rolling Stone* teve o enfoque político atenuado e passou a se concentrar em outras formas de entretenimento além da música, tratando de filmes, jogos, livros e de cultura *pop*. Mas um detalhe permaneceu o mesmo: a proposta de divulgar reportagens aprofundadas, dando total liberdade ao jornalista e às fontes, para que fossem verdadeiros em seus textos e entrevistas (DIAS, 2007).

No Brasil, a *Rolling Stone* teve duas fases. A primeira delas foi curta, de novembro de 1971 a janeiro de 1973, somando 36 edições.

---

<sup>3</sup> A *Rolling Stone* foi fundada em 1967 por Jann Simon Wenner – jovem empreendedor de 20 anos, que deixou a Universidade de Berkeley para se dedicar integralmente à revista – e Ralph Joseph Gleason, um crítico musical. Aliando os contatos de Gleason ao talento de Wenner como empresário, conseguiram arrecadar um investimento de 7.500 dólares, dando início ao projeto. Para criar o nome da revista, inspiraram-se em grandes artistas: Muddy Waters, compositor da canção *Rollin’ Stone*; Bob Dylan, intérprete do hit *Like a Rolling Stone*; e a banda inglesa Rolling Stones (DRAPER, 1990).

Desse total, três levaram o subtítulo “pirata” estampado orgulhosamente na capa: ao final de 1972, sob o comando do jornalista Luiz Carlos Maciel, a *Rolling Stone* deixou de pagar *royalties* à matriz norte-americana. A contracultura não se opunha à pirataria; pelo contrário, enxergava-a como um valor positivo. “Eles pararam de nos mandar material – fotos e textos que vinham todas as quinzenas. A partir daí, tínhamos que simplesmente roubar – o que não nos incomodava, pois éramos alternativos e acreditávamos na propriedade coletiva de tudo” (MACIEL, 1973 *apud* ROCHA, 2006<sup>4</sup>).

A segunda fase iniciou em outubro de 2006 e persiste até hoje. A nova versão da *Rolling Stone* brasileira é demasiadamente diferente da idealizada por Maciel na década de 1970. Colocando ideologias políticas de lado, possui um enfoque muito maior no entretenimento – ao estilo da revista mantida pela matriz norte-americana, que parece ter deixado os anos de contracultura para trás. A capa de sua primeira edição mostrava a modelo gaúcha Gisele Bündchen, o que exemplifica bem a mudança de direcionamento, se comparada à *Rolling Stone* da primeira fase. Agora, a responsável pela publicação é a editora Spring, uma empresa do grupo Spring de Comunicação, fundado em 2004 por José Roberto Maluf e Miguel Civita<sup>5</sup> (ADNEWS, 2013).

Atualmente, as celebridades perfiladas na *Rolling Stone* parecem ser escolhidas a partir de ganchos jornalísticos – tais como músicos de bandas em evidência, atores que participam de filmes de sucesso ou personalidades famosas na internet. Para construir o perfil, o jornalista costuma pesquisar sobre a vida do sujeito que lhe interessa narrativamente. Assim, além de uma apuração aprofundada

<sup>4</sup> Disponível em: <<http://rollingstone.uol.com.br/edicao/1/a-primeira-versao#imagem0>>. Acesso em: 10 jul. 2017.

<sup>5</sup> Disponível em: <<http://www.springcom.com.br/editora/>>. Acesso em: 10 jul. 2017.

sobre fatos relevantes que envolvam essa pessoa, há ainda a possibilidade de um encontro com o perfilado, momento em que o repórter pode entrevistar pessoalmente o sujeito e, ainda, observar detalhes, comportamentos e o contexto no qual o protagonista da história está inserido.

Para Maia (2013, p. 177), “o perfil pode ser compreendido como a possibilidade de composição do sujeito pela escrita de sua trajetória no espaço e no tempo”. Além da entrevista com as fontes primária (celebridade perfilada) e secundárias (familiares e amigos, por exemplo), a trajetória do personagem poderá ser construída por meio da utilização de materiais escritos, orais e iconográficos.

Conforme Villas Boas (2003), nem sempre é possível confiar na pessoa perfilada. “Sua imagem não pode ser pretendida, e talvez nem se considere que ela seja plenamente natural ou espontânea. Espontaneidade e artificialidade são oportunismos. Há casos em que a pessoa representa bem um papel” (VILLAS BOAS, 2003, p. 19). O jornalismo literário contribui muito neste sentido, ao permitir que o repórter traga na matéria detalhes para ajudar o leitor a decidir, por conta própria, se acredita ou não na construção que foi apresentada sobre o sujeito-fonte-personagem.

Nessa dinâmica, os quatro recursos literários do Novo Jornalismo são utilizados no intuito de promover a empatia entre o perfilado e o leitor. Esse é o motivo pelo qual escolhemos analisar perfis de duas celebridades: Kim Kardashian e Emicida. Pensamos que, ao publicar esse tipo de perfil, a *Rolling Stone* pode provocar no público leitor um movimento duplo, isto é, de aproximação e de distanciamento, a partir do que lhes é narrado. Ao retratar celebridades em situações e atividades rotineiras – ir às compras, cuidar dos filhos, trabalhar – , o texto aproxima-as dos leitores, tornando essas perso-

nas como seres comuns, com rotinas triviais. Ao mesmo tempo, por abordar pormenores do cotidiano luxuoso, por exemplo, experienciado pela maioria delas, afasta-as dos “anônimos”, os quais levam vidas comuns.

Edgar Morin (2002) compara o culto às celebridades modernas aos rituais religiosos, apelidando-as de “olimpianos”, dada a sua semelhança aos deuses mitológicos.

[...] sua dupla natureza é análoga à dupla natureza teológica do herói-deus da religião cristã: olímpianas e olímpianos são sobre-humanos no papel que eles encarnam, humanos na existência privada que eles levam. A imprensa de massa, ao mesmo tempo que investe os olímpianos de um papel mitológico, mergulha em suas vidas privadas a fim de extrair delas a substância que permite a identificação (MORIN, 2002, p. 106-107).

Vale acrescentar que, para conceituar “celebridade”, resolvemos adotar as seguintes definições, propostas pelo dicionário digital Caldas Aulete<sup>6</sup>: “1) Qualidade ou condição de célebre, daquilo ou daquele que é conhecido, falado ou comentado por muitos. 2) Notoriedade, reputação, renome; condição daquele ou daquilo que se distingue por ter raras qualidades (ger. louváveis). 3) Pessoa célebre, famosa, ilustre. [...]”. Ou seja, associamos o termo celebridade à visibilidade, ao reconhecimento e à aceitação por uma quantidade considerável de pessoas.

Assim, o alcance de uma personalidade determina o seu nível de influência nos nichos que deseja atingir. Do ponto de vista do jornalismo, Traquina lembra que “o nome e a posição da pessoa são importantes como fator de noticiabilidade” (2013, p. 77). Por meio dos perfis, os veículos de comunicação instigam o culto às celebridades, trazendo informações a respeito da vida de figuras públicas. A pre-

<sup>6</sup> Disponível em: <<http://www.aulete.com.br/celebridade>>. Acesso em: 10 jul. 2017.

sença de perfis literários em periódicos foi intensificada após a década de 1930, sendo uma forte marca de algumas grandes revistas estrangeiras, como *Esquire*, *Vanity Fair*, *The New Yorker* e *Life*, *Harper's*.

No Brasil, o perfil se tornou comum nas publicações *O Cruzeiro* e *Realidade*. Villas Boas (2013) aponta as características dos textos biográficos da revista *Realidade* – quase todas comuns aos perfis jornalísticos, incluindo os da *Rolling Stone*:

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

É possível dizer que os perfis literários são, em alguns casos, “contos” baseados em fatos e centrados nas ações de um protagonista. “Quando a ação da reportagem é interrompida e cede lugar à descrição de uma pessoa, temos um perfil” (FERRARI; SODRÉ, 1986, p. 125). Os autores destacam a imensa semelhança entre contos e perfis, ainda que os contos sejam um dos modos mais curtos de narrativa literária e, os perfis, um dos tipos mais longos de narrativa jornalística. “[...] pode-se dizer que a reportagem é o conto jornalístico – um modo especial de propiciar a personalização da informação ou aquilo que também se indica como ‘interesse humano’” (FERRARI; SODRÉ, 1986, p. 75).

Existem três tipos de perfis de personagens, na opinião de Ferrari e Sodré (1986): 1) O “personagem-indivíduo”, um texto mais psicológico, direcionado às peculiaridades de alguém; 2) O “personagem-tipo”, que inclui os perfis de celebridade e ressalta o motivo pelo

qual elas são famosas (talento, beleza, dinheiro); 3) O “personagem-caricatura”, que fala de pessoas consideradas “estranhas”, com comportamentos inesperados, transgressores ou peculiares.

Já Kotscho (2000) não se limita aos perfis de pessoas. “Filão mais rico das matérias chamadas humanas, o perfil dá ao repórter a chance de fazer um texto mais trabalhado – seja sobre um personagem, um prédio ou uma cidade” (KOTSCHO, 2000, p.42). Para o autor, o jornalista consegue escrever perfis sobre uma infinidade de assuntos. Entretanto, no caso da *Rolling Stone*, os perfis normalmente abordam celebridades (retratadas individualmente), casais famosos, filmes ou bandas.

## 2. Construção de perfis de celebridades

Como mencionamos anteriormente, o uso de técnicas literárias na escrita jornalística marcou as reportagens dos novos jornalistas da década de 1960. No entanto, ainda hoje, os recursos da literatura seguem sendo utilizados por repórteres em suas narrativas a fim buscar uma aproximação do leitor ao que se está narrando ou, também, para contextualizar melhor o espaço, os personagens ou os acontecimentos.

De acordo com Motta (2013), é possível estudar as narrativas em três instâncias, entre as quais não há uma hierarquia: no plano da expressão, no plano da estória ou no plano da metanarrativa. A primeira consiste na linguagem ou discurso (verbal, visual, sonoro ou qualquer outro) utilizado no texto e permite ao narrador construir o enunciado narrativo. Estuda-se o meio de expressão para determinar os efeitos de sentido produzidos por este discurso. Observar o plano da expressão é importante porque, através da análise da retórica,

identificamos uma variedade de recursos estratégicos empregados – como a ironia e a hipérbole – e o objetivo do narrador ao recorrer a estes recursos – seja para provocar o riso, a indignação, a tristeza ou a felicidade.

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

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

O primeiro passo da análise de narrativa deve ser o de “compreender a construção da intriga como uma síntese do heterogêneo” (MOTTA, 2013, p. 140). A intriga, nesse contexto, é sinônimo de trama ou enredo. Ou seja, entendemos a intriga como o elemento capaz de unir fatos e personagens previamente separados. É o acontecimento que conecta e organiza as partes de uma narrativa. A forma de compreender como a intriga consegue aglutinar componentes diferentes entre si é lendo e relendo o texto. Assim, paulatinamente,

quanto maior for o conhecimento da história analisada, mais os significados do objeto se revelarão ao analista.

Nesta seção, a partir da análise de dois perfis jornalísticos que têm como protagonistas celebridades, buscaremos apresentar como os quatro recursos do jornalismo literário – a construção cena a cena, o diálogo, o ponto de vista e o detalhe – podem auxiliar os repórteres da *Rolling Stone* a construir perfis.

O primeiro deles, intitulado “Mulher de Verdade”, é um perfil de seis páginas publicado na edição 107 (julho de 2015) da *Rolling Stone* do Brasil. Foi escrito por Vanessa Grigoriadis – originalmente em inglês, com tradução para a versão nacional –, e trata de Kim Kardashian. A repórter acompanha um dia na vida da empresária e *socialite*, descrevendo o seu cotidiano, o qual envolve reuniões de negócios, tempo com a família e uma rígida rotina de beleza. Utilizando os quatro recursos do Novo Jornalismo, Grigoriadis também busca mostrar a personalidade de Kim e sua trajetória até a fama: uma garota comum de Los Angeles que se transformou em uma celebridade mundialmente conhecida.

O segundo, chamado “Força Negra”, que figura na edição 109 (setembro de 2015), é um perfil escrito por Peu Araújo, já em português, e fala do músico Emicida. Araújo caracteriza o *rapper* como uma grande referência da música nacional. O repórter apresenta ao leitor detalhes do dia a dia do músico.

Dito isso, vamos abordar as quatro técnicas citadas trazendo exemplos encontrados a partir da análise narrativa dos perfis “Mulher de Verdade” e “Força Negra”.

A construção cena a cena consiste na ambientação na história (WOLFE, 2005). O jornalista narra o que enxerga, situando o leitor em um cenário. Seria difícil – embora não impossível, havendo criatividade-

de – escrever um bom perfil de jornalismo literário sem ter estado na presença da fonte. E, mais do que isso, para fazer um perfil completo, idealmente o jornalista deveria acompanhar a celebridade por algum tempo, em vez encontrá-la, apenas, em uma breve entrevista presencial.

“Mulher de Verdade” já inicia com uma construção cena a cena: “Em uma manhã fria e cinzenta de maio, em Los Angeles, Kim Kardashian acorda às 6h da manhã e, uma hora depois, vai para sua ‘sala glam’” (GRIGORIADIS, 2015, p.34). Após, Grigoriadis continua a descrever a manhã de Kim, horário em que a empresária e *socialite* mescla o cuidado com a aparência (é maquiada e escovada por profissionais) com o cuidado da filha – “ela fica de olho no monitor de bebês caso North, sua filha de 2 anos com Kanye West, acorde” (GRIGORIADIS, 2015, p.34). A estratégia de narrar a rotina de Kim permite a contextualização da realidade da personagem para o leitor.

No mesmo parágrafo de abertura, passamos à próxima cena, às 9h, quando Kim se encaminha para uma reunião em Santa Monica. No horário certo – porque detesta estar atrasada, um ponto importante de sua personalidade – , Kim chega à reunião, onde conversa com a equipe que está montando o seu novo website. Grigoriadis se utiliza de uma comparação para fazer os leitores entenderem melhor a vida da celebridade: “No passado, ela explicou da seguinte maneira: sua vida é ‘como existir no *Show de Truman*’” (GRIGORIADIS, 2015, p.34). A jornalista finaliza a matéria dizendo que Kim pretendia dormir cedo e, no dia seguinte, faria tudo de novo.

Assim como “Mulher de Verdade”, “Força Negra” inicia com uma descrição de cenário. Outra decisão tomada por Peu Araújo já nas primeiras frases é recorrer a verbos no presente para situar o lei-

---

<sup>7</sup> “O Show de Truman” é um filme de 1998, estrelado por Jim Carrey. Mostra a história de um homem que, sem saber, vive uma realidade simulada por um programa de televisão.

tor no local e momento onde a história se passa.

Jorge sentou praça na cavalaria/ E eu estou feliz porque também sou da sua companhia. A canção de Jorge Ben Jor ecoa no primeiro camarim do 4º subsolo do Sesc Pinheiros, em São Paulo. É a segunda noite de lançamento do disco *Sobre Crianças, Quadris, Pesadelos e Lições de Casa*, o segundo álbum cheio de Emicida. O rapper está rodeado por mulheres – as mulheres de sua vida: a mãe, as duas irmãs, as três sobrinhas, a filha, Estela, e a namorada, a apresentadora de TV Marina Santa Helena. Na sala ao lado a banda se concentra, e nem de longe essa cena se parece com os costumeiros camarins esfumaçados dos shows de rap (ARAÚJO, 2015, p. 52).

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

A descrição de situações ajuda Araújo a representar a simplicidade e o esforço do cantor, por meio de passagens como “Dois marmitex pequenos recém-chegados repousam recheados com uma porção de escondidinho de carne-seca e outra de arroz[...]” e “Já passadas 17h e nenhum dos dois almoçou. De pé, o MC come andando de lá para cá” (ARAÚJO, 2015, p. 52). Com o trecho, ficamos sabendo que Emicida não almoça todos os dias em restaurantes caros e se mantém tão focado no trabalho que chega a perder a noção de tempo.

Uma longa conversa presencial com a fonte garante diálogos menos engessados. Reproduzindo um diálogo em seu perfil, o jorna-

lista consegue ser objetivo sem deixar de lado a literariedade, pois a fala da fonte provoca efeitos de realidade e, concomitantemente, auxilia na imersão do leitor – o público sente como se estivesse presente na cena, acompanhando a conversa. “O diálogo realista envolve o leitor mais completamente do que qualquer outro recurso” (WOLFE, 2005, p. 54). Sabe-se que, na literatura, optar pela mostrar (através do diálogo entre personagens, por exemplo) em detrimento do contar (descrições longas e desnecessárias) é sempre uma boa escolha.

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



O trecho acima mostra o deslumbramento da repórter diante da persona intimidadora de Kim – uma sensação com a qual o leitor pode vir a ter empatia, posto que exhibe bem a dicotomia “celebridade olimpiana” versus “pessoa comum”. Em outros trechos, o diálogo possui a função inversa: abrandar a imagem sobre-humana de Kardashian. “‘Peguei minha bolsa e corri para o carro’. Jenner ligou para ela meia hora depois e disse: ‘um dia, conversaremos sobre isso. Até lá, não conte para ninguém’. ‘Falei: Ok’” (GRIGORIADIS, 2015, p. 35). Este foi o diálogo entre Kim – surpresa, sem saber como reagir – e Caitlyn Jenner no instante em que a madrasta se revelou transexual.

Nos diálogos de “Força Negra”, Araújo valoriza gírias e frases coloquiais, o que nos diz muito da personalidade de Emicida. “‘Hoje fica esse debate se você é capitalista ou se é comunista. Eu sou preto.

Sou um cara que sabe a lenda de Oxóssi, tá ligado?” (ARAÚJO, 2015, p. 52). Além disso, as frases escolhidas são fortes e impactantes, um baque para o leitor desprevenido. “Eu olho pra primeira mixtape e sinto fome. Eu gosto dela, mas, mano, me vem a mesma situação” (ARAÚJO, 2015, p. 52), diz Emicida, referindo-se às dificuldades enfrentadas à época do lançamento da *mixtape* que inaugurou sua carreira.

O terceiro recurso, ponto de vista, quando utilizado de forma correta, oportuniza ao leitor embrenhar-se no psicológico dos personagens, tendo ligeiras amostras do que estes estão pensando. Assim, podem se sentir mais próximos das celebridades que admiram. Os novos jornalistas prezavam pelo ponto de vista em terceira pessoa. Wolfe (2005) acredita que o jornalista se limita ao decidir narrar uma história em primeira pessoa, afinal, a sua percepção do acontecimento não é tão relevante quanto a da fonte.

“Parece fútil, não?” (GRIGORIADIS, 2015, p. 34). Com esta pergunta, praticamente uma afirmação, Grigoriadis começa o segundo parágrafo de “Mulher de Verdade”. A repórter narra em primeira pessoa (eventualmente em segunda) – ao contrário do que aponta Wolfe (2005) e demais novos jornalistas que, em geral, preferem narrar em terceira pessoa. O uso da primeira pessoa é mais comum em textos traduzidos da *Rolling Stone* norte-americana. Já nos perfis escritos para a versão brasileira da revista, o uso de terceira pessoa aparece com maior frequência.

No decorrer da matéria, Grigoriadis faz vários juízos de valor, expondo a sua opinião sobre Kim. Inclusive critica sutilmente o leitor, fazendo uso da segunda pessoa e desconstruindo a suposta futilidade da celebridade no início da narrativa: “Kim também é extraordinariamente humana – você não queria ouvir sobre como ela se maquia?”

(GRIGORIADIS, 2015, p. 35). De certa maneira, é como se estivessemos assistindo à desconstrução do preconceito própria repórter em relação à personagem. Há uma “linha do tempo” de sentimentos pré-concebidos, provavelmente semelhantes aos que público poderá experimentar, transitando da descrença quanto às inúmeras características positivas de Kim até o respeito, admiração e empatia pela personagem. “E é uma boa pessoa – não há como passar um tempo com ela e não ir embora com essa impressão” (GRIGORIADIS, 2015, p. 35), conta a jornalista. E conclui a reportagem afirmando que “nós ainda não estamos cansados de assistir” (GRIGORIADIS, 2015, p. 37) essa mistura de digital e humano, real e irreal, que compõe a personalidade de Kim Kardashian.

Por outro lado, “Força Negra” é narrada em terceira pessoa. Para repórteres não muito acostumados a escrever perfis literários, o uso da terceira pessoa pode tornar a matéria, de certa forma, impessoal. Araújo, no entanto, tem total domínio do recurso, evitando que isso ocorra.

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

Apesar de optar pela terceira pessoa, privilegiando o ponto de vista dos personagens da história, o repórter não deixa a própria perspectiva de lado e chega até a expressar sua opinião ao longo da narrativa. “É bom olhar para o menino negro, pobre e sem perspectiva que contrariou muita gente para estar onde está, mas sem dúvida

é mais confortável narrar os passos do que vivê-los” (ARAÚJO, 2015, p. 52). Não há um embasamento jornalístico e factual para essa afirmação, isto é, ela parte do olhar subjetivo do jornalista – o que não a torna menos interessante ou necessária.

Por fim, temos o detalhe. Como o próprio nome sugere, os detalhes são os pequenos elementos que fazem parte de uma cena. Eles têm o propósito de humanizar os personagens, transmitindo ao leitor a impressão de que, após a leitura da reportagem, passam a conhecer muito bem a celebridade perfilada. O detalhe não pode ser inserido na reportagem com o intuito de adornar a narrativa: todos devem cumprir uma função (WOLFE, 2005).

No perfil “Mulher de Verdade”, a repórter conta que Kim, ao chegar em uma reunião, “senta-se elegante à mesa” (GRIGORIADIS, 2015, p. 34) e já começa a apresentar a equipe. Não demora muito a iniciar o trabalho, segurando uma caneta e riscando, categórica, as sugestões de emojis (para o seu novo website) que não lhe agradam. A Kim da reunião é determinada e segura de si, não apenas a mulher fútil que os tablóides tentam vender. Ela mesma se defende, dizendo “acredito que sou muito mais inteligente do que me retratam” (GRIGORIADIS, 2015, p. 34). A repórter também reforça a ideia: “pode não aparentar ser intelectual, mas é extremamente sagaz” (GRIGORIADIS, 2015, p. 34).

Mas a imagem de empresária poderosa vai, simultaneamente, sendo moldada e desconstruída pelos detalhes. Do mesmo modo que não pode ser resumida ao adjetivo “fútil”, é também mais do que uma mulher forte. Nos pormenores, Grigoriadis mostra que Kim é um ser humano como todos nós: no almoço, Kardashian pede uma refeição de tamanho regular e só come a metade, aparentando preocupação com o peso. “[...] ela termina de comer (dizendo ‘tenho que tirar

essa comida da minha frente’” (GRIGORIADIS, 2015, p. 36).

Quanto ao perfil “Força Negra”, um dos detalhes que auxiliam a construir o personagem foi mencionado quando falamos da construção cena a cena: o marmitex, que não nos deixa esquecer da origem humilde de Emicida e elimina a necessidade de falar diretamente sobre este assunto. Os detalhes permeiam toda a estrutura do perfil. No exemplo abaixo, Araújo descreve os minutos anteriores ao show, citando as músicas que tocavam no camarim e a preparação para entrar no palco:

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



Ao contrário de “Mulher de Verdade”, a aparência física de Emicida não é o foco da reportagem, aparecendo em momentos bastante específicos: “Sagaz até o último fio de cabelo crespo, ele dá o tom do discurso orgulhoso de todos os seus filhos” (ARAÚJO, 2015, p. 54). Ao longo do texto, compreendemos que a negritude do *rapper* é expressa muito mais pelas letras de suas músicas e sua trajetória de vida.

### 3. Considerações finais

Ao longo da análise, percebemos diferenças entre a matéria traduzida da matriz norte-americana e o conteúdo original produzido no Brasil. Em sua versão estadunidense, a *Rolling Stone* traz perfis

mais ousados, recorrendo com frequência a recursos literários, arriscando construções textuais diferentes daquelas utilizadas no jornalismo tradicional. Um exemplo disso é o ponto de vista escolhido em *Mulher de Verdade*: ao optar pela primeira pessoa, as observações pessoais da repórter se sobrepuseram às informações repassadas pela fonte.

O perfil *Força Negra* acaba representando melhor os ideais do Novo Jornalismo. Na construção do *rapper*, o repórter Peu Araújo recorre a todos os quatro recursos: narra em terceira pessoa, transcreve diálogos, descreve o cenário ao redor do personagem e humaniza Emicida a partir de detalhes.

Porém, independente da escolha de ponto de vista, ambos os perfis se enquadram no gênero jornalismo literário. A utilização dos quatro recursos, em maior ou menor grau, são essenciais à escrita de perfis de celebridade na *Rolling Stone*. Com base no que foi apresentado aqui, entendemos que o potencial humanizador da literatura, unido ao caráter informativo do jornalismo, pode ter a potencialidade de alterar, em certos aspectos, a percepção do público sobre uma determinada celebridade.

## Referências

- ADNEWS. **7 Capas que Contam a História da *Rolling Stone* no Brasil**. Disponível em: <<http://www.adnews.com.br/midia/7-capas-que-contama-historia-da-rolling-stone-no-brasil>>. Acesso em: 28 jul. 2017.
- AMOROSO LIMA, Alceu. **O jornalismo Como Gênero Literário**. 2ª ed. Rio de Janeiro: Agir Editora, 1969.
- ARAÚJO, Peu. **Força Negra**. *Rolling Stone*, São Paulo, n. 109 p. 50-57, set. 2015.

BENETTI, Marcia. Revista e Jornalismo: conceitos e particularidades. In: SCHWAAB, Reges (org.); TAVARES, Frederico de Mello B (org.). **A Revista e Seu Jornalismo**. Porto Alegre: Penso, 2013.

DIAS, Kadu. **Rolling Stone Magazine**. Disponível em: <<http://mundo.dasmarcas.blogspot.com.br/2007/04/rolling-stone-magazine-bible-ofmusic.html>>. Acesso em: 28 jul. 2017.

DRAPER, Robert. **Rolling Stone Magazine: the uncensored history**. New York: Doubleday, 1990.

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

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

KOTSCHO, Ricardo. **A Prática da Reportagem**. São Paulo: Editora Ática, 2000.

MAIA, Marta Regina. Perfil: a composição textual do sujeito. In: SCHWAAB, Reges (org.); MARCONDES FILHO, Ciro. **Comunicação e Jornalismo: A saga dos cães perdidos**. São Paulo: Editora Hacker, 2000.

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

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

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

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

ROCHA, Antônio do Amaral. **A Primeira Versão**. 2006. Disponível em: <<http://rollingstone.uol.com.br/edicao/1/a-primeira-versao#imagem0>>. Acesso em: 28 jul. 2017.

SPRING. **Publicações – Rolling Stone**. Disponível em: <<http://www.springcom.com.br/publicacao/rolling-stone>>. Acesso em: 28 jul. 2017.

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

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

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

**Enviado em 29/07/2017**

**Aceito em 21/12/2017**

