



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO CARLOS
CENTRO DE EDUCAÇÃO E CIÊNCIAS HUMANAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM LINGÜÍSTICA**

***PIAÚ:*
BRASILIDADE E MEMÓRIA NO JOGO DISCURSIVO
CONTEMPORÂNEO**

Pedro Henrique Varoni de Carvalho

São Carlos
2008

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO CARLOS
CENTRO DE EDUCAÇÃO E CIÊNCIAS HUMANAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM LINGÜÍSTICA**

***PIAÚÍ:*
BRASILIDADE E MEMÓRIA NO JOGO DISCURSIVO
CONTEMPORÂNEO**

Pedro Henrique Varoni de Carvalho

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Lingüística da Universidade Federal de São Carlos como parte dos requisitos para obtenção do Título de Mestre em Lingüística.

Orientadora: Prof^ª Dr^ª Vanice Maria Oliveira Sargentini.

São Carlos
2008

**Ficha catalográfica elaborada pelo DePT da
Biblioteca Comunitária da UFSCar**

C331pb

Carvalho, Pedro Henrique Varoni de.

Piauí : brasilidade e memória no jogo discursivo contemporâneo / Pedro Henrique Varoni de Carvalho. -- São Carlos : UFSCar, 2009.
175 f.

Dissertação (Mestrado) -- Universidade Federal de São Carlos, 2008.

1. Resistência cotidiana. 2. Análise do discurso. 3. Antropofagia. 4. Arquivos de brasilidade. 5. Identidade. I. Título.

CDD: 400.41 (20ª)

BANCA EXAMINADORA

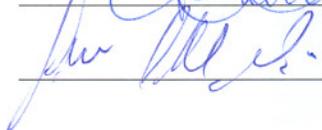
Profa. Dra. Vanice Maria Oliveira Sargentini



Profa. Dra. Luzmara Curcino Ferreira



Prof. Dr. João Carlos Massarolo



Escrevemos para ser o que somos ou para ser aquilo que não somos. Em um ou outro caso, nos buscamos a nós mesmos. E se temos a sorte de encontrar-nos – sinal de criação – descobrimos que somos um desconhecido. Sempre o outro, sempre ele, inseparável, alheio, com o teu rosto e o meu, tu sempre comigo e sempre só.

(Octávio Paz, **Signos em rotação**, 1996, p. 208)

A maturidade é uma árvore que dá fruto se você faz a oferenda certa. Eu quero fazer o melhor bem adiante, e continuo treinando, são treinos, são tentativas.

(Wally Salomão, **Armarinho de miudezas**, 2005, p. 147)

AGRADECIMENTOS

Ao meu pai, Pedro Ferreira de Carvalho: professor de sabedoria, olhos de cabo verdes, a cor das paisagens do sul de Minas.

À minha mãe, Regina Aída Varoni de Carvalho: generosidade sem limite, à frente do tempo, amor multiplicado.

À Adriana Massa de Carvalho: companheira em muitas identidades que nos transformaram e renovaram o lugar do amor.

Ao Gabriel Massa Varoni de Carvalho e à Luísa Massa de Carvalho, com o amor mais profundo, o legado de nossa esperança.

Às minhas irmãs, Giovanna Varoni F. de Carvalho e Fabiana Varoni F. de Carvalho: a memória da juventude solar a nos impulsionar para o futuro.

Ao Pedro Aurélio Varoni de Carvalho, meu irmão, por um lugar no trem azul, onde os sonhos não envelhecem.

À Professora Doutora Vanice Sargentini, por me abrir as portas da percepção da Análise do Discurso e me acolher como seu orientando: presença leve e segura.

Ao Professor Doutor João Massarolo: amizade construída no jardim da criação, a contracultura aqui e agora. Generosidade na indicação de muitos caminhos deste trabalho.

À Professora Doutora Luzmara Curcino Ferreira, por aceitar fazer parte da banca e pelas orientações certeiras para a melhoria do trabalho.

Ao Professor Doutor Valdemir Miotello: o entusiasmo é a presença divina.

Ao Professor Doutor Roberto Baronas: o didatismo paciente que nos faz avançar.

Ao Rômulo Augusto Orlandini: estímulo no início, força no final.

Ao Professor Marcelo Fila Peceni: a ginga no Soccer.

À Amanda Braga: a ordem no caos.

À Secretaria do PPGL: o apoio e a boa vontade.

À Cibele Celestino e ao Luciano Elsinor Lopes: estímulo e refúgio da música.

Aos colegas da EPTV Central, equipe guerreira.

À Hebe Rios: razão e sensibilidade, amizade fértil há muitas safras.

Ao Luiz Antônio Pierri: guerreiro incansável, paz na terra aos homens de boa-vontade.

Ao Roberto Prioste: o arquivo vivo das patrulhas ideológicas.

Ao Eugênio Martin, à Ana Carolina de Almeida Zanchim e ao Gustavo Rizzo: humanidade atrás das máquinas.

Ao Duilio Fabri Junior: o mais global no local, o mais local no global.

Ao Ciro Porto: abertura de horizontes no pão de cada dia e pela compreensão em possibilitar a navegação nos dois mundos.

Ao Antônio Carlos Coutinho Nogueira, pela correção e senso de justiça à frente de uma instituição forte.

Ao mistério da força espiritual que guia os nossos caminhos.

RESUMO

Amparada no referencial teórico da Análise do Discurso derivada de Michel Pêcheux e nos estudos do discurso como propostos por Michel Foucault e Jean-Jacques Courtine, a pesquisa objetiva acompanhar e avaliar as treze primeiras edições da revista *piauí*, cujo primeiro número data de outubro de 2006, com vistas a reconhecer nessa publicação a instalação de um acontecimento discursivo. Como hipótese, pautamo-nos no fato de que a revista *piauí* propõe um rompimento com as práticas de leitura contemporâneas, marcadas, por vezes, pelo predomínio da imagem e pela utilização de textos curtos, objetivos, destinados a um leitor com pouco tempo para se informar. Contra essa ordem, *piauí* resiste e se define como *a revista para quem gosta de ler*. A revista propõe a retomada do *Jornalismo Literário*, marcado por reportagens longas e autorais. Metodologicamente, recortamos as regularidades lingüísticas para identificar as formações discursivas às quais a nova revista se filia. Analisamos, a partir da noção de gênero discursivo proposta por Bakhtin – o estilo, a estrutura composicional e o conteúdo temático –, as subversões genéricas e os seus efeitos de sentidos. Procuramos, ainda, identificar os campos da resistência em *piauí* na temática, na linguagem, nas práticas de leitura. Consideramos o conceito de resistência conforme o formula Michel Foucault: não existe um único poder na sociedade, mas uma relação entre poderes e resistências. A partir dessa relação, procuramos identificar a presença do interdiscurso – a memória discursiva – a permear a nova publicação. *piauí* se filia a um jornalismo de resistência dos anos 60, simbolizado, principalmente, pelo semanário *O Pasquim*, que refletia certo estilo de vida da zona sul carioca. Considerando que a nomeação *piauí* remete ao menor e mais pobre estado da Federação Brasileira e que o nome da nova revista advém de uma expressão originária do tupi-guarani, algumas conclusões finais encaminham-se para atribuir à revista uma abordagem antropofágica que faz *piauí* circular “arquivos de brasilidade”, e sua irrupção se relaciona com um lugar possível para a experiência brasileira no atual contexto.

Palavras-chave: *piauí*, “arquivos de brasilidade”, antropofagia, identidades, discurso, formação discursiva, resistência.

ABSTRACT

Supported on Discourse Analysis theoretical references derived from Michel Pêcheux and on the discourse studies proposed by Michel Foucault and Jean-Jacques Courtine, the research aims at following and evaluating the first thirteen editions of *Revista piauí*, whose first number was released in October, 2006, and at recognizing in this publication the installation of a discursive occurrence. As a hypothesis, we have guided ourselves by the fact that *Revista piauí* proposes a disruption in contemporary reading practices, which are sometimes characterized by the predominance of pictures and utilization of short objective texts that are addressed to readers who have little time to inquire. Against this order, *piauí* resists e defines itself as a magazine for those who like to read. The magazine proposes the retaking of literary journalism, which is characterized by long authorial reports. Methodologically, we have selected the linguistic regularities in order to identify the discursive formation the magazine has adopted. We have analyzed, based upon the notion of discursive genre proposed by Bakhtin – style, compositional structure and thematic content –, the genre subversions and their effects of meaning. In addition, we have also tried to identify *Revista piauí* resistance fields on themes, language, reading practices. We have considered the concept of resistance as according to Michel Foucault: there is not any single power in society, but a relation of powers and resistances. From this relation among powers and resistances, we have tried to identify the presence of the interdiscourse – the discursive memory – that penetrates through the new publication. *piauí* has adopted a 1960's resistance journalism, which was mainly symbolized by *O Pasquim*, a weekly publication that reflected Southern Rio de Janeiro city lifestyle. Considering that the nomination *piauí* refers to the smallest and poorest state of Brazilian Federation and that the new magazine title comes from a Tupi-Guarani-originated expression, some final conclusions assign to the magazine an anthropophagous approach that makes *piauí* spread “Brazility” files, and the magazine irruption is linked with a feasible place for the Brazilian experience in the actual context.

Key words: *piauí*, “brazility files”, anthropophagy, identities, discourse, discursive formation, resistance.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO – DE ONDE IRROMPE <i>PIAUI</i>	9
1 DO ENUNCIADO AO ARQUIVO: INSTUIÇÕES IMAGINÁRIAS DE BRASILIDADE	20
1.1 <i>piuí</i> : um acontecimento discursivo	28
1.2 A construção do imaginário no discurso: considerações sobre a significação e os sentidos	30
2 O GÊNERO COMO LUGAR DE RESISTÊNCIA: ENTRE O JORNALISMO LITERÁRIO E A LITERATURA JORNALÍSTICA	37
3 LEITURA PANORÂMICA – O APAGAMENTO DA SATURAÇÃO DE IMAGENS: UMA FORMA DE RESISTÊNCIA	62
4 TRAJETOS DE MEMÓRIA EM <i>PIAUI</i>: EM BUSCA DAS FORMAÇÕES DISCURSIVAS PERDIDAS	96
4.1 “Olhar <i>Pasquim</i> ”: movimento do interdiscurso no intradiscurso	118
4.2 O fim da Ditadura e os arquivos da década de 60	126
4.3 <i>piuí</i> imaginário: o novo eldorado	134
CONCLUSÃO – <i>PIAUI</i> ENTRE O REAL DA LÍNGUA E O REAL DA HISTÓRIA	150
REFERÊNCIAS	157
ANEXOS	164

INTRODUÇÃO

DE ONDE IRROMPE *PIAÚ*

*O sol nas bancas de revista
Me enche de alegria e preguiça
Quem lê tanta notícia?*

(Caetano Veloso, **Alegria, alegria**, 1967)

Num mundo marcado pela virtualidade, uma banca de revista é, de certa forma, um espaço físico de disposição de enunciados que dizem muito sobre a sociedade em que vivemos. Se fosse possível lacrar uma dessas bancas – como uma dessas cápsulas do tempo – e abri-la daqui a uns 50 anos, por exemplo, teríamos um rico material sobre os hábitos e o estilo de vida de nossos dias. Há uma profusão de conteúdos. As revistas se vendem e vendem todo tipo de produto e idéia. São textos que falam, por exemplo, da exclusão social, da violência, da fome em convivência com o culto ao mundo das celebridades, de como se manter feliz e saudável, de como se dar bem num mercado profissional competitivo, de técnicas de rejuvenescimento.

Os temas são inesgotáveis, mas, dificilmente, quem abrir a cápsula do tempo terá, a partir dos arquivos que encontrar, uma avaliação positiva dos nossos dias. O psicanalista Joel Birman analisa esse conteúdo presente na mídia:

é patente como os nossos principais jornais indicam de forma eloqüente como os ilegalismos e a rasura de princípios dos direitos humanos ocupam suas manchetes. A corrupção em diferentes níveis de poder, a morte de crianças e das populações mais desfavorecidas socialmente, a violência indiscriminada das forças policiais e dos grupos da sociedade civil, nas cidades e regiões rurais, associados à depredação dos dispositivos sanitários e educacionais do país, se destacam com insistência nessas manchetes (BIRMAN, 2006, p. 341).

Considerando ser esse o conteúdo predominante em nossos jornais, devemos pensar num segundo aspecto de relevância: as formas de interpelação do leitor, já que é ele quem preenche os vazios do texto¹. A grande maioria das publicações é destinada a um sujeito

¹ A esse respeito, ver: FERREIRA, Luzmara Curcino. **Práticas de leitura contemporâneas**: representações discursivas do leitor inscritas na revista *Veja*. 2006. 337f. Tese (Doutorado em Linguística e Língua Portuguesa)

que dispõe de pouco tempo para leitura, por isso é preciso facilitar sua vida. As práticas de leitura reproduzem a fragmentação e a descontinuidade da vida contemporânea. Isso se faz notar tanto nas publicações mais explicitamente imagéticas – como as que tratam do mundo das celebridades – quanto nas revistas semanais de informação – que se dispõem a retratar o que acontece no país e no mundo. A revista jornalística de maior tiragem no Brasil, a *Veja*, organiza seu conteúdo de forma a dirigir o olhar do leitor nesse sentido. As fotografias com legendas e os infográficos permitem ao leitor apreender certos sentidos, dispensando a leitura completa dos textos.

Desvencilhada do tempo da reflexão pela descartabilidade das informações, os objetos, pela volúpia do consumo permanente, a prática de leitura inscrita em *Veja*, exemplifica metonimicamente a ordem discursiva na sociedade de consumo (FERREIRA, 2006, p. 315).

A partir dos anos 70, grande parte da imprensa brasileira seguiu o modelo de linguagem jornalística predominante nos Estados Unidos: textos curtos, objetivos, capazes de responder às cinco perguntas do lide (o que, quando, como, onde, por que), além da utilização de gráficos e ilustrações, com vistas a resumir o conteúdo da narrativa. Trata-se de uma adequação, no terreno do discurso, ao modo de vida na sociedade do consumo. Estamos em constante corrida contra o tempo e um dos imperativos da vida contemporânea é manter-se informado. Um paradoxo, se considerarmos que uma pessoa levaria anos para dar conta de toda informação produzida em poucos minutos, hoje, no mundo.

A quantidade de informações a que somos submetidos é parte da cultura do excesso que se manifesta em vários campos da contemporaneidade: no consumo, na alimentação, no trabalho. O psicanalista Joel Birman (2006) aponta esse fenômeno como uma das causas do mal-estar na vida moderna que se dá nos registros do corpo, da ação e do sentimento.

As academias de ginástica ocupam o lugar dos templos da antiguidade. O cultivo do espírito e do intelecto foi substituído pelo do corpo, provocando uma espécie de exorcização da morte. No campo da ação, a hiperatividade gera excitabilidade, que leva à violência e à compulsão. O sujeito tem dificuldade de elaborar os sentimentos na dimensão da linguagem. Num mundo em constante modificação, o ser humano perde a capacidade de antecipação dos acontecimentos, limitando a possibilidade de simbolização. Para Birman, “o

excesso é, antes de tudo, sentimento” (BIRMAN, 2006, p. 187). A consequência é o crescimento de doenças como depressão, síndrome do pânico, anorexia, bulimia: todas, de certa forma, relacionadas à cultura do excesso.

O psicanalista retoma ainda o mito *Totem e Tabu*, descrito por Freud, para explicar o mal-estar contemporâneo. O mito trata da história dos filhos revoltados com o autoritarismo do pai, que podia desposar qualquer mulher e ter todos os seus desejos realizados. Os filhos, unidos, assassinaram o pai para criar uma sociedade fraterna, onde todos teriam os mesmos direitos de realização dos desejos.

A incapacidade de se construir a sociedade fraterna é um conflito da modernidade. A morte do pai nos trouxe a sensação de orfandade, e a despeito de todo desenvolvimento tecnológico e científico, a sociedade neoliberal não criou as condições de igualdade, liberdade e fraternidade entre homens. O lema da Revolução Francesa marca – enquanto discurso – um período histórico em que se constitui o desejo de mudança, fundador da modernidade. O rei decapitado remete a *Totem e Tabu* e simboliza esse desejo de criar um mundo baseado em ideais que os tempos modernos têm sido incapazes de conquistar.

O mundo fraterno pressupõe o equilíbrio entre o gozo próprio e o gozo do outro. Foi por se preocupar apenas com o seu gozo que o pai foi morto. A sociedade neoliberal, marcada pela extrema competitividade, pela exclusão social e pelo narcisismo, segue o caminho da valorização do individualismo. As revistas sobre o mundo das celebridades, por exemplo, expõem, a todo o momento, o que parece ser o gozo do outro. É como se fosse permitido ao leitor penetrar na privacidade dos famosos com suas banheiras de hidromassagem e viagens internacionais. O compartilhamento dessa intimidade sugere uma ilusão de proximidade. O que parece estar em questão nessa prática de leitura é justamente o conflito entre o gozo próprio e o gozo do outro.

O sociólogo polonês Zygmunt Bauman (2004), ao discutir o papel dos meios de comunicação na produção de identidades atuais, observa que apenas a elite instruída participa das festividades “policulturais”. A grande maioria não tem condições de viver no espaço global extraterritorial que habita a elite cosmopolita. “À multidão de pessoas que teve negado o acesso à versão real, a mídia oferece uma extraterritorialidade virtual, substituta ou imaginada” (BAUMAN, 2004, p. 104).

Joel Birman (2006) aponta essa desigualdade e competitividade em convivência com a falta da autoridade paterna como origem de um mal-estar que se reflete nas doenças psíquicas citadas acima. Tais doenças são combatidas com a Farmacologia, que trata os sintomas, mas passa à margem das causas: o desamparo gerado, de um lado, pela

orfandade e, de outro, pelo excesso e a pela incapacidade de simbolização a que estamos submetidos. Sempre disposta a retomar a igualdade presente no mito *Totem e Tabu*, setores da sociedade fazem, historicamente, o movimento de crítica à modernidade, sobretudo através do que Birman (2006) denomina de “vanguardas estéticas e revolucionárias”. Na mesma banca de revista em que se difundem os valores de competitividade e individualismo, se fazem presentes também conteúdos mais humanos.

Assim, das novas relações tecidas entre os gêneros e do reconhecimento das comunidades homossexuais, passando pelas novas modalidades de filiação e conjugalidade, até o repúdio das condições sociais de existências decorrentes da gestão neoliberal da economia globalizada, o desejo de resistência está em toda parte (BIRMAN, 2006, p. 319).

Para Michel Foucault (1979), há, historicamente, uma mudança nas relações de poder da sociedade disciplinar – que se caracterizava pela vigilância e coerção – para a sociedade do controle, em que o poder se exerce deslizante, em todos os lugares, principalmente através da linguagem, do discurso. Na sociedade do controle, a todo poder corresponde uma reação que quer também se tornar poder. É nesse jogo que se opera a resistência ao que Birman (2006) classifica como o mal-estar na vida contemporânea. Não há um poder centralizado, mas difuso, se reestruturando a partir dos discursos que circulam na sociedade. Essas relações de poder se materializam também em qualquer banca de revista.

É COBRANDO O QUE FOMOS QUE NÓS IREMOS CRESCER²

A partir de outubro de 2006, uma nova publicação passou a dividir espaço físico nas bancas de revista e um novo lugar no imaginário nacional: a revista *piauí*³, de periodicidade mensal. O nascimento de uma publicação nos interessa por permitir observar como se dá a construção do que os jornalistas costumam chamar de linha editorial, na perspectiva de um diálogo com o leitor projetado. De acordo com Navarro Barbosa (2004), os jornalistas são profissionais da memória que agenciam dentro do quadro de acontecimentos fornecidos pela história, os símbolos que lhes conferem mais sentido para a produção de identidades no presente (NAVARRO BARBOSA, 2004, apud FERREIRA, 2006).

² Milton Nascimento e Fernando Brant, **O que foi feito deverá**, 1978.

³ Usaremos, nesse trabalho, a grafia *piauí*, já que a própria publicação coloca seu nome com letras minúsculas.

piauí parece nascer de uma tendência da qual a revista *Caros Amigos* foi pioneira. *Caros Amigos* tem como características textos mais longos e menor número de fotografias, editadas na maioria das vezes em preto e branco. O aspecto imagético da revista é claramente inspirado na chamada *imprensa alternativa dos anos 60*, que gerou publicações como *O Pasquim*, *Sol* e outras tantas experiências de circulação regional. A exemplo da chamada *geração mimeógrafo* de poetas alternativos, os jornalistas criavam e distribuíam seus próprios conteúdos. Curioso que no início do terceiro milênio – quando a internet modifica as relações de comunicação e somos bombardeados por imagens – uma revista como *Caros Amigos*, cujo título remete a uma velha canção de Chico Buarque sobre o exílio imposto pela Ditadura⁴, encontra seu espaço com um tipo de jornalismo destinado, em tese, a mostrar o que a grande imprensa não mostra. A negação do modelo predominante se dá através da adoção de um tratamento gráfico rústico: textos longos, sem infográficos ou outras informações que facilitem a leitura. O leitor projetado é, de certa forma, o oposto daquele leitor das revistas que tratam do mundo das celebridades; projeta-se, aqui, um sujeito que tem um tempo maior para a leitura e que se interessa por temas ligados às tradições da esquerda latino-americana.

Ao buscar o caminho oposto ao da grande mídia, *Caros Amigos* acabou gerando outra movimentação. Existem, de acordo com Foucault (2004, p. 137), dois tipos de caminhos para um enunciado emergir: o do acúmulo e o da raridade. *Caros Amigos* encontrou demonstrou que era possível sustentar novas práticas de leitura na sociedade brasileira, normalmente empreendidas em outros objetos culturais como livros, bem como em outros gêneros textuais e editoriais de revistas impressas. Ao fazê-lo, *Caros Amigos* busca uma filiação à memória da imprensa que se configurou como espaço de resistência à Ditadura Militar. O Brasil – e os demais países latino-americanos –, ao final da Ditadura Militar, radicalizaram as propostas do neoliberalismo que geraram a exclusão de parcelas significativas da sociedade. *Caros Amigos* ocupou então, num primeiro momento, o espaço de resistência ao qual *piauí* se filiou trazendo novas questões e nova linguagem, provocando um outro deslocamento.

O surgimento de *Caros Amigos* e *piauí* persegue, como já dissemos, um fio discursivo perdido na Ditadura. A imprensa alternativa buscava, na verdade, uma narrativa mais próxima à linguagem das ruas nas grandes cidades brasileiras. A maneira como *O Pasquim*, por exemplo, refletiu o ambiente da zona sul carioca nas décadas de 60 e 70 é emblemática. A incorporação de técnicas narrativas americanas por parte da grande imprensa

⁴ Chico Buarque e Francis Hime, **Meu caro amigo**, 1976.

– próprias à uniformização proposta pela globalização – gerou um movimento de padronização da linguagem que pode estar encontrando certo desgaste entre setores da sociedade, realçando a demanda pela retomada de aspectos culturais regionais: um espaço reivindicado por *piauí*. Essa rede de poder se desenvolve de maneira a também contaminar a imprensa hegemônica, num jogo capaz de transformar as práticas de leitura predominantes⁵.

Funcionando como uma extensa rede de criação de símbolos que, por sua vez, alimentam o imaginário social, a mídia constitui verdadeiras comunidades de imaginação ou comunidades de sentido no interior das quais os indivíduos internalizam referências simbólicas que lhes dão os meios inteligíveis para seus intercâmbios com instituições e estas, por sua vez, são legitimadas por significações que encarnam sentidos reconhecidos pela comunidade (GREGOLIN, 2003, p. 97-98).

A referência à comunidade de sentido aparece na obra *Arqueologia do Saber* (FOUCAULT, 2004), quando o filósofo francês aborda a questão da unidade do discurso a partir da descontinuidade da história. Todo o esforço do autor é no sentido de negar a idéia de uma única história: o que existem são versões e acontecimentos variados. A história é, por essência, descontínua. Nessa dispersão, a evolução e a irrupção do novo ocorrem quando se reagrupam, num mesmo princípio organizador, uma sucessão de acontecimentos dispersos.

O mesmo acontece, ainda, com as noções de mentalidade ou de “espírito” que permitem estabelecer entre os fenômenos simultâneos ou sucessivos de uma determinada época uma comunidade de sentido (FOUCAULT, 2004, p. 24).

No método foucaultiano, ao invés de se buscar a síntese acabada, é preciso fazer aparecer as contradições. Assim, as regras normativas, os princípios de classificação, devem ser estudados como recortes do discurso e não como elementos autóctones.

Podemos considerar o surgimento de *piauí* como um princípio organizador de uma dispersão discursiva, um lugar de encontro – que ao mesmo tempo reflete e modifica – de enunciados dispersos na sociedade e, como tal, forma uma comunidade de sentido. Para verificar como isso se dá, nossa proposta é estudar as doze primeiras edições da revista (de outubro de 2006 a outubro de 2007): um período que acreditamos ser suficiente para fazer aparecer uma relativa organização de sentido que se dá na relação dos leitores com a materialidade dos textos e no campo entre a língua e a história. Em alguns momentos,

⁵ O jornal *Folha de São Paulo* contratou como colunista, em março de 2007, a escritora Cecília Gianetti, que publicou um diário como imigrante ilegal nos Estados Unidos no primeiro número de *piauí*.

utilizaremos edições posteriores da revista para reafirmar regularidades presentes no *corpus* escolhido. É necessário ter em mente que as margens desse *corpus* não são nítidas. Por detrás de *piauí*, como irrupção do novo, há uma trajetória de memória que pretendemos elucidar no decorrer do trabalho. Atrás de todo começo, lembra-nos Foucault (2004, p. 27), há sempre uma origem secreta, a qual jamais poderemos decifrar inteiramente.

Esse método de análise, que considera a história (as origens por detrás da origem), o sujeito e a língua, encontra sua validação na Análise do Discurso de linha francesa⁶. Disciplina de entremeio, surgida no ambiente dos anos 60, a AD procurava, já no seu nascimento, um além do sistema estrutural da língua e propunha um tríplice caminho para compreender o discurso: a Lingüística, a Psicanálise e o Materialismo Histórico (sob influência marxista dos estudos de Althusser).

Na década de 80, as mudanças sociais fizeram com que a AD passasse por uma revisão, sobretudo na vertente marxista. Foucault (1979), em *Microfísica do Poder*, ajuda a preencher o vazio da crise do Marxismo com a noção de que não existe um poder único, mas relações entre poder e resistência na sociedade. Esse é o referencial teórico, por hora apenas esboçado, mas ao qual voltaremos, posteriormente, para delimitar melhor as ferramentas metodológicas que serão utilizadas na análise. Antes, é necessário levantar algumas questões sobre o *corpus* escolhido.

A motivação para esse trabalho foi uma reportagem sobre o lançamento da revista *piauí*. O texto chamava a atenção sobre certo tom provocativo dos editores que se dispunham a subverter os formatos jornalísticos tradicionais existentes no país⁷. O próprio título da nova publicação – que faz referência a um dos menores e mais pobres estados da federação – criava um estranhamento amplificado pela proposta de investir em reportagens de campo, preservando o humor da narrativa e fazendo uso de enunciados embalados com críticas aos padrões jornalísticos predominantes.

Essa reportagem incitou, de início, uma reflexão: a de que um grupo de jornalistas e intelectuais só se lança ao desafio de criar uma revista se perceber que existe, na sociedade, espaços de circulação discursiva não contemplados pela mídia. Partimos da hipótese de que há, ao que parece, a identificação de uma demanda por novas práticas de leitura, por dar forma a enunciados presentes na ideologia do cotidiano. Assim, nossas questões de pesquisa seriam: quais são os conteúdos presentes nessa revista e o que eles nos

⁶ Doravante AD.

⁷ A referida reportagem circulou no *Jornal Valor Econômico* de 30 set. 2006. O texto intitulava-se “piauí” e foi publicado no *Caderno de Final de Semana*, da página 12 à 15.

dizem sobre a circulação de discursos na sociedade brasileira contemporânea? Até que ponto a nova revista está identificada com o diagnóstico de mal-estar na vida contemporânea descrito por Birman (2006)? Assim, pretendemos entender o acontecimento discursivo presente no lançamento da nova revista, a partir do pensamento de Foucault em *A ordem do discurso*: “O novo não está no que é dito, mas no acontecimento a sua volta” (FOUCAULT, 1996, p. 26). Todo discurso é gerado por um acontecimento e, ao circular, se inscreve historicamente, de modo a permitir a emergência de outro acontecimento ao seu redor. É preciso tratar não das representações atrás do discurso, mas dos discursos como séries regulares e distintas de acontecimentos (FOUCAULT, 1996).

Para responder a essas questões, nosso objetivo será percorrer os caminhos dessa nova publicação para entender até que ponto a revista modificaria outros setores da mídia e da sociedade – e/ou seria modificada por elas. O jornalismo, ao mesmo tempo em que se pauta no real, ajuda a pautar o real. Essa rede de relações entre setores já constituídos da mídia e do público parece, de certa forma, alterada, quando surge uma nova publicação – como a revista *piauí* – que, além de não estar comprometida com essa trajetória, parece disposta a subvertê-la. O interesse passa a ser, então, como a nova revista cria, sustenta e modifica a sua linha editorial. Para isso, é necessário mergulhar em seus conteúdos, interrogar – como dissemos anteriormente – no próprio discurso, o fio discursivo.

A busca pela resposta a esses questionamentos pareceu ainda mais instigante na medida em que seria possível acompanhar o nascimento da nova publicação e seus desdobramentos. Era preciso estabelecer um *corpus* fechado para buscar respostas, *corpus* que, a princípio, ainda era desconhecido, na medida em que a revista ainda não existia. Estabelecemos então, o prazo de um ano para identificarmos algumas regularidades a partir de enunciados presentes nas doze primeiras edições da revista. Vivemos uma situação atípica de pesquisa na medida em que nosso objeto ia se revelando aos poucos, na entrega, mês a mês, das novas edições da revista.

Existe, ainda, outro importante material de pesquisa inicial. Trata-se do texto de divulgação das propostas do que seria *piauí*, o que denominamos no trabalho de *Carta de intenções*, que foi publicado como material de divulgação em outras revistas, antes da chegada do primeiro número de *piauí* às bancas.

piauí será uma revista para quem gosta de ler. Para quem gosta de história com começo, meio e fim (...). *piauí* partirá sempre da vida concreta, da experiência vivida, do testemunho, da narrativa – e não do Google. (...). *piauí* será uma revista de reportagens. Ela buscará temas atuais, embora não

tenha pressa em chegar primeiro às últimas notícias. Levará em conta que a informação vem antes do comentário e que a opinião precisa dos fatos. (...). Usará um vocabulário com mais de cem palavras. (...). Só não valem reportagens sobre dietas e reforma da Previdência que ninguém agüenta mais. (...). Ela mostrará o enredo do que parecia desconexo e fragmentário. (...). A revista não será ranzinza, nem chata. Sisudez não é sinônimo de seriedade. (...). A revista terá como matéria-prima a bagunça brasileira e, como pano de fundo, um período histórico de perplexidade geral (*CARTA DE INTENÇÕES*)⁸.

A entrevista dos editores da revista e o material de divulgação colocavam em circulação questões de memória – principalmente relativas a outras publicações dos anos 60 e 70. Essas referências nos pareceram decisivas para pensar o surgimento de *piauí*. Qual fio discursivo dos anos 60 estava sendo retomado e com qual finalidade?

Essas inquietações aproximaram-nos mais das questões da Análise do Discurso e menos de um estudo sobre a história mais recente da imprensa brasileira. Embora seja necessário situar historicamente as publicações que o surgimento de *piauí* rememora, não pretendemos, nesse trabalho, demorar-nos sobre o alcance e a importância histórica desses veículos. Interessa, antes, saber os discursos que neles circulavam e como eles, de certa forma, estão presentes em *piauí*. É como se a Ditadura Militar interrompesse um fluxo discursivo retomado no contexto atual. Identificar as marcas desse fio discursivo nos importa mais do que as questões técnicas do jornalismo.

Consideradas essas perspectivas, é hora de começar a trilhar os caminhos de análise do nosso objeto de estudo. Afinal, o que é a revista *piauí*, a qual gênero de narrativa ela se filia, como se dá a linguagem das imagens e textos no seu formato? Partimos do princípio de que, num primeiro momento, *piauí* se esforça para ser uma publicação de resistência contra as práticas de leitura contemporâneas e contra o posicionamento editorial de grande parte da imprensa brasileira. Essa resistência se dá em vários campos: no gênero, nas imagens, nas pautas, na linguagem verbal, na maneira de abordar os assuntos, nos recursos editoriais utilizados. Analisar essas formas de resistência será nosso objetivo específico de pesquisa.

O trabalho será desenvolvido em quatro capítulos. No primeiro, buscamos definir os caminhos metodológicos dentro do universo da Análise do Discurso. Nosso trabalho apoiar-se-á no arcabouço teórico de Michel Foucault (2004), Michel Pêcheux (1988; 1997) e Jean-Jacques Courtine (1981; 2006). Pretendemos contextualizar e especificar

⁸ Essa *Carta de intenções* circulou como material publicitário nas revistas da *Editora Abril* e é pouco anterior ao lançamento de *piauí*, em outubro de 2006.

conceitos trabalhados por cada um desses autores em momentos históricos diferentes. Ainda dentro da discussão das referências teóricas do primeiro capítulo, apoiar-nos-emos em autores que pensaram a *instituição imaginária da sociedade*, como é o caso de Cornelius Castoriades (1982) e nas discussões sobre o sentido, abordadas nos estudos de Gilles Deleuze (2006). Esse é um trabalho que se inscreve entre aqueles que se esforçam por produzir uma Análise do Discurso de tom brasileiro, a partir da teoria francesa. A questão da brasilidade está presente tanto nas questões motivadoras da pesquisa, quanto na busca por referenciais teóricos próprios a nossa cultura, a partir dos pressupostos teóricos franceses. Por isso, apoiamo-nos em pesquisadores brasileiros da área, como Eni Orlandi (2007), Vanice Sargentini (2006), Maria do Rosário Gregolin (2006), Luzmara Ferreira (2006): pensadores da Análise do Discurso que buscam uma abordagem mais próxima de nossa linguagem e, por extensão, de nossa história.

No segundo capítulo, baseamo-nos em estudos de Bakhtin (2003; 1997) sobre os gêneros discursivos para iniciarmos a nossa análise do *corpus*. As definições sobre o estilo, o conteúdo temático e a construção composicional – presentes no trabalho do pensador russo – foram fundamentais para uma primeira leitura panorâmica do objeto⁹. Nessa leitura, procuramos apontar a existência de limites tênues entre a ficção e o jornalismo nas páginas da revista. Essa estratégia nos parece uma desconstrução da idéia da objetividade jornalística e a instalação de uma ambigüidade: traço recorrente no discurso da nova revista.

O terceiro capítulo problematiza a relação da revista – *para quem gosta de ler* – com as imagens. O campo da análise das imagens é, talvez, um dos grandes desafios contemporâneos da Análise do Discurso e, para dar conta dessa reflexão, apoiamo-nos, sobretudo, nos trabalhos de Roland Barthes (1984) e Jacques Aumont (1995). Até mesmo uma revista como *piauí*, que nasce a partir do enunciado *a revista para quem gosta de ler*, se filiando, portanto, a uma tradição literária, mantém uma relação com as imagens. A própria posição de se colocar como uma alternativa ao excesso de imagem, materializada no enunciado citado acima, já é, em si, uma posição de resistência. Há duas questões básicas na relação de *piauí* com as imagens. A primeira é o indicativo do primado da leitura como decodificação do verbal, trazendo, por consequência, um relativo apagamento do aspecto imagético. O segundo ponto é a análise das imagens – nem tão raras quanto uma leitura mais apressada possa supor – que se destacam no corpo da revista.

No quarto capítulo, exploramos o conceito de formação discursiva – criado por Foucault e incorporado à AD através dos trabalhos de Michel Pêcheux – para buscar as

⁹ A introdução ao universo do pensamento bakhtiniano se deu, de maneira instigante, através das aulas de Filosofia da Linguagem ministradas pelo Professor Valdemir Miotello.

marcas da memória em *piauí*. Na busca das formações discursivas em *piauí*, mostramos como a dicotomia entre a denominada “esquerda festiva” e outra mais engajada nas lutas políticas aparece como pré-construído na nova revista. As heranças da contracultura e do que denominamos “arquivos de brasilidade” – as várias manifestações discursivas nos campos da arte e do jornalismo nos anos 60 e 70 – são retomadas em *piauí*.

Partimos da origem do nome da revista para relacioná-la ao *Manifesto Antropofágico* de Oswald de Andrade e de um possível lugar brasileiro na sociedade globalizada. É nesse momento do trabalho que iremos contrapor a construção histórica de uma identidade brasileira à fragmentação identitária da vida contemporânea. Como contribuição para se pensar a sociedade e as questões de identidade – que estão por detrás do surgimento de *piauí* – foram de suma importância o pensamento de autores como Zygmunt Bauman (2004) e Stuart Hall (2001). A resistência em *piauí* se revela como uma resistência de uma brasilidade possível, como forma de ser e de estar na sociedade contemporânea, globalizada. *piauí* busca uma essência brasileira sem deixar de ser cosmopolita na forma com que se abre ao mundo. Para pensar a brasilidade em *piauí*, buscamos o pensamento dos psicanalistas Joel Birman (2006) e Contardo Calligaris (1996), além da historiadora Heloisa Buarque de Holanda (1980), o cientista social Renato Ortiz (1985) e José Miguel Wisnik (2008).

É no campo do imaginário que a idéia de brasilidade nasce. São significações imaginárias que têm, para Castoríades (1982), a função de responder às seguintes perguntas: quem somos nós como coletividade? Onde é que somos nós? O que somos nós uns para os outros? Um imaginário de nação mais sólido do que todas as realidades, “como o mostram duas guerras mundiais e a sobrevivência dos nacionalismos” (CASTORÍADES, 1982, p. 179). Assim, nossa intenção é partir do real da língua – a ponte mais próxima desse imaginário – para o real da história, algo que se materializa no discurso. Através das regularidades discursivas, pretendemos demonstrar as marcas dessa construção imaginária de brasilidade nas páginas de *piauí* e buscar estabelecer relações com o processo histórico

CAPITULO 1

**DO ENUNCIADO AO ARQUIVO:
INSTITUIÇÕES IMAGINÁRIAS DE BRASILDIDADE**

Uma língua só é língua na medida em que novas significações ou novos aspectos de uma significação podem sempre nela emergir.

(CASTORÍADES, **A instituição imaginária da sociedade**, p. 399)

Há uma relação estreita entre a questão de pesquisa e o referencial teórico quando se trabalha em Análise do Discurso de linha francesa. As ferramentas teórico-metodológicas se moldam, são deslocadas a partir da problematização pretendida. É próprio dessa área do conhecimento um constante repensar sobre seus pressupostos teóricos, uma vez que eles não são conceitos fechados e as porosidades vêm à tona na aplicabilidade. Nosso esforço inicial neste trabalho é mapear um caminho no universo da AD que seja capaz de dar conta da especificidade da pesquisa. Partimos, portanto, neste capítulo, de um duplo desafio: situar e contextualizar os conceitos utilizados e trabalhá-los na busca da definição da questão de pesquisa. Não há, como nos ensina o pensamento de Foucault, uma linearidade nesse caminho. O movimento da análise do *corpus* demanda o conceito e, por vezes, o conceito modifica o curso, o rumo da questão de pesquisa.

Para analisar o nosso *corpus* – as primeiras 12 edições da revista *piauí* – utilizaremos um trajeto conceitual que vai do enunciado ao arquivo, passa pela formação discursiva, pelo interdiscurso e pelo intradiscorso. Nossa intenção nas páginas seguintes é definir de que perspectiva tomamos cada um desses conceitos e, ao fazê-lo, situar o surgimento de *piauí* como um sintoma social da demanda de novos sentidos na sociedade brasileira contemporânea. Interessa-nos, sobretudo, perceber de onde irrompe *piauí* e para que lugar do imaginário esse movimento leva-nos: a retomada de sentidos do passado no presente como sentidos diferentes do momento histórico em que surgiram. Questões estas relacionadas à experiência de ser brasileiro, à busca de nosso lugar em nós mesmos e no mundo. O universo teórico da AD, que articula a Psicanálise e a história a partir da manifestação desses dois campos na língua, parece-nos o mais indicado para buscar essas respostas.

Courtine (2006), ao fazer o que chama de uma breve genealogia da AD, observa que o discurso não era uma preocupação dos lingüistas até o surgimento dessa teoria no calor dos acontecimentos nos anos 60: “um nível de intervenção teórica crucial para quem

desejava ao mesmo tempo compreender a sociedade e operar sua transformação” (COURTINE, 2006, p. 38). As análises anteriores, na visão do pensador francês, ignoravam ou reduziam a análise histórica da produção dos discursos. Assim, o projeto da AD nasce de uma negação e de um reconhecimento da teoria inovadora de Saussure para a ciência Lingüística. Ao mesmo tempo em que incorpora a teoria do signo e seus elementos constituintes (o significante e o significado), a AD nega a língua como um sistema fechado. O autor situa o nascimento da AD no ambiente de crise do Estruturalismo, de epistemologias de descontinuidade e de uma política marxista nas relações humanas, além da influência da Psicanálise no contexto teórico da época.

A AD sustenta-se, de acordo com Courtine (1981), sob a articulação de duas faltas: a da Psicologia Social, por não se apoiar na base material da língua, e a da Lingüística, que se ressentia de uma teoria do sujeito e do contexto. O discurso, de um ponto de vista lingüístico, era visto até então, pela Pragmática, a partir das metáforas do teatro (no sentido dos papéis que o locutor pode escolher) e do combate (a disputa). Michel Pêcheux (1988), ao problematizar as condições de produção do discurso, apresenta sua teoria acerca dos lugares imaginários que destinador e destinatário atribuem a si e ao outro. Numa mensagem comunicada, por exemplo, entre A e B, estão presentes a imagem que A projeta de si mesmo ao enunciar, a imagem que A tem de B e, ainda, a imagem que B tem de si próprio e de A no contexto da enunciação, além da imagem que ambos fazem daquilo sobre o que falam. Nessas margens, além da língua como um sistema, estariam as questões do sujeito, da história e da ideologia: marcas do social que diferenciam a materialidade discursiva da materialidade lingüística. Tomar apenas o textual sem se ater a essas relações seria, nessa perspectiva, um limitador da análise.

A caracterização de uma especificidade discursiva em relação à lingüística se dá, de acordo com Courtine (1981), a partir do conceito foucaultiano de enunciado, trabalhado na *Arqueologia do Saber*, obra com a qual Pêcheux vai dialogar no momento da fundamentação teórica da AD. Para Foucault (2004), o enunciado é uma unidade elementar do discurso, podendo ou não ser uma frase, fragmento de frase ou quadro de signos. “Nem oculto, nem visível, o nível enunciativo está no limite da linguagem” (FOUCAULT, 2004, p. 127). O filósofo francês aponta algumas características do enunciado que o diferem de algo estritamente lingüístico: é ligado a um referencial, tem um domínio associado, mantém com o sujeito uma relação determinada, além de ter uma existência material distinta da enunciação.

A primeira característica – o enunciado é ligado a um referencial – se dá por meio da função enunciativa. Foucault (2004) vai dizer que uma série de signos se tornará

enunciado quando apresentar uma relação específica com outra coisa semelhante: o significante com o significado, o nome com aquilo que é por ele designado, a frase com o seu sentido e a proposição com o referente. O enunciado não existe nem do mesmo modo que a língua – embora seja composto de signos – e nem do mesmo modo que os objetos – embora tenha uma “certa materialidade” (FOUCAULT, 2004, p. 97).

O domínio associado, segunda característica do enunciado, compreende a idéia da identidade de um enunciado como submetida, de acordo com Foucault (2004), pelos limites de outros enunciados no meio dos quais ele figura. Cada enunciado desempenha um papel em relação a outros enunciados. A descrição de um enunciado não se dá, portanto, de maneira isolada, mas definindo as condições nas quais se realiza a sua função, como um elemento num campo de coexistência. Apesar de o discurso ser, por natureza, disperso, cabe ao analista buscar a regularidade do enunciado. As margens de um texto não são nítidas, sempre se relacionam a outros textos, numa rede que torna inatingível a busca pela origem de um acontecimento discursivo. Um enunciado está ligado a outros que o precedem e a outros que o seguem. Assim, nossa intenção é partir dos enunciados – tomados como frases, conjuntos de frases, textos e imagens no interior da revista – para identificar o discurso que perpassa o conteúdo de *piauí*.

A terceira característica diz respeito à concepção de sujeito em Foucault. O discurso instaura um sistema de relações e o sujeito sempre produz seu discurso de um lugar institucional. Indivíduos diferentes podem falar de uma mesma posição-sujeito, ocupando, portanto, um lugar simbólico. Essa relação do lugar do sujeito no discurso remete a um conceito fundamental da AD introduzido por Foucault: a formação discursiva¹⁰, uma espécie de unidade discursiva, profundamente instável, que não se caracteriza pela singularidade de um objeto, mas pelo espaço onde vários objetos se perfilam e se transformam (FOUCAULT, 2004, p. 37). A unidade discursiva, na visão foucaultiana, não estaria na coerência dos conceitos, mas no jogo de aparecimentos e deduções.

Uma formação discursiva não é, pois, os textos ideais, contínuos e sem aspereza, que correm sob a multiplicidade das contradições e as resolve na unidade calma de um pensamento coerente; não é, tampouco, a superfície que se vem refletir sob mil aspectos diferentes, uma contradição que estaria sempre em segundo plano, mas dominante. É antes um espaço de dissensões múltiplas; um conjunto de oposições diferentes cujos níveis e papéis devem ser descritos (FOUCAULT, 2004, p. 175).

¹⁰ Doravante FD. Discutiremos mais detalhadamente o conceito de formação discursiva à frente, quando faremos uma análise das formações discursivas que perpassam o discurso de *piauí*.

É no interior da formação discursiva que o sujeito inscreve seu dizer. Mas Foucault (1979) não se identifica com o ponto de vista marxista, ele concebe a sociedade como um campo de saberes e poderes em confronto. O poder, segundo o autor, não se encontra em um único pólo, o poder atua em oposição à resistência e, por isso, onde há poder, há resistência. Esses poderes se organizam a partir de formações discursivas diferentes, assim como no próprio interior de uma FD, produzindo confrontos. A heterogeneidade seria constitutiva tanto da FD quanto do sujeito. A Psicanálise, ao trazer à tona a questão do inconsciente, demonstra que o sujeito sofre também uma divisão interna. Há um duplo descentramento, de modo que tanto a formação discursiva quanto o inconsciente influenciam, determinam aspectos do discurso desse sujeito falante.

O conceito de formação discursiva foi incorporado, com importantes modificações, por Pêcheux (1988) no momento da constituição epistemológica da AD. A diferença fundamental em relação à abordagem de Foucault é a influência da vertente marxista reinterpretada pelos trabalhos de Althusser. Pêcheux adapta a idéia de formação discursiva ao conceito de luta de classes e de ideologia. Posteriormente, com a crise do Marxismo, essa posição será revista, mas, num primeiro momento, a formação discursiva para Pêcheux (1988) é aquilo que “numa conjuntura dada, determinada pelo estado de luta de classes, determina o que pode e deve ser dito” (PÊCHEUX, 1988, p. 160).

A partir de um olhar reflexivo sobre a trajetória da AD, Courtine (2006) vai observar que a revisão da teoria nos anos 80 contemplava aspectos não percebidos, mas já presentes no instante mesmo do nascimento da disciplina. “No exato momento em que Althusser escrevia, a classe operária à qual ele se referia já não existia mais: em pleno desenvolvimento do aparelho áudio-visual da informação, às vésperas do reino das imagens” (COURTINE, 2006, p. 56).

O trabalho de Michel Pêcheux (1997), *Discurso: estrutura ou acontecimento*, publicado na França no início dos anos 80, é um marco da reflexão sobre a história e o Marxismo na perspectiva da Análise do Discurso. Ao analisar a incorporação no campo político de uma expressão utilizada entre as torcidas de futebol – *On a gagné* – a partir da eleição de François Mitterrand ao governo francês, Pêcheux propunha uma revisão da forma marxista de explicar o real. O autor faz uma analogia com o parafuso e a porca. A base teórica marxista fazia a rosca girar no vazio, “sem nenhum resultado, de forma que sua construção estava sempre se desfazendo” (PÊCHEUX, 1997, p. 16). O autor enumera outras “porcas” – fenomenológicas, estruturalistas, lingüísticas, psicanalíticas – para demonstrar que a complexidade da sociedade contemporânea não comporta uma única base teórica que dê conta

do real. “Mas agora nenhum marxista (ao menos nenhum marxista universitário que se preze) daria uma resposta parecida: hoje o marxismo procura casar-se, ou contrair relações extraconjugais” (PÊCHEUX, 1997, p. 16).

É na busca da história social dos textos e se reconhecendo como disciplina de entremeio que a AD vai construir sua identidade, enfrentando, a partir da revisão por que passou nos anos 80, o desafio de não proteger ou não se proteger em Marx¹¹. Uma abordagem que recoloca as fronteiras assim descritas por Courtine:

O campo da análise do discurso é o lugar de múltiplas tensões (...). Enquanto antes a análise do discurso se detinha na descrição dos textos, atualmente ela (...) passou a focalizar a análise sobre o fio do discurso, sobre a horizontalidade de uma seqüência discursiva enunciada por um sujeito. Ela investigava as centralidades discursivas, agora, pretende apreender as margens do discurso (COURTINE, 2006, p. 45).

No mesmo ambiente de revisão da AD, Courtine (1981) vai trabalhar a questão da posição-sujeito e retoma Foucault na idéia de que há um sujeito do discurso, ideológico, que ocupa o domínio de saber do enunciado – o que pode e deve ser dito e, conseqüentemente, o que não pode e não deve ser dito – mas acrescenta a importância de se considerar o sujeito falante: aquele que enuncia os elementos desse saber. Distinguir, portanto, o nível do enunciado do nível da formulação torna-se um problema central na AD.

Essa problemática dos lugares do sujeito do discurso e do sujeito falante remete à última característica do enunciado na proposta foucaultiana: a diferença entre o enunciado e a enunciação. Foucault vai dizer que a “enunciação é um acontecimento que não se repete, tem uma singularidade situada e datada que não se pode reduzir” (FOUCAULT, 2004, p. 114). O enunciado, ao contrário, pode se repetir. Uma frase pronunciada por duas pessoas em circunstâncias diferentes pode se constituir em apenas um enunciado, desde que dentro de uma mesma posição-sujeito.

A formulação, de acordo com Courtine (1981), existe no tempo curto de uma enunciação. O enunciado, ao contrário, carrega em si o saber próprio de uma formação discursiva, e existe no tempo longo de uma memória. Essa diferença entre o enunciado e a enunciação se relaciona com as noções de interdiscurso e intradiscurso, trabalhadas por Courtine (1981). O interdiscurso, como instância de constituição do enunciado, é o que regula

¹¹ Essa idéia está presente na introdução da obra *Discurso: estrutura ou acontecimento*. Eni Orlandi comenta a respeito de Pêcheux: “sem negar o percurso pelo Marxismo, ele no entanto experimenta seus limites e se apresenta na sua responsabilidade como teórico da linguagem: o de que não protege e não se protege em Marx” (PÊCHEUX, 1997, p. 09).

o deslocamento das fronteiras entre as formações discursivas, já que constitui o domínio de saber dessa FD. O intradiscurso é onde o desnivelamento interdiscursivo é linearizado por um sujeito enunciador. Assim, toda produção discursiva faz circular formulações anteriores. O campo do interdiscurso é o da memória, da alteridade, o do intradiscurso é o da formulação.

A questão do discurso para Courtine (1981) se dá na relação do enunciado com a formulação, ou seja, do lugar vertical em que se elabora o saber de uma formação discursiva com a dimensão horizontal, em que os objetos desse saber são atualizados, se linearizam e se tornam objetos de enunciação. A relação entre enunciado e enunciação traz para os estudos do discurso a dicotomia entre unidade e diversidade, coerência e dispersão, repetição e variação. Dessa relação, se constitui um domínio de saber que daria os limites de uma determinada formação discursiva, mas Courtine (1981) alerta-nos que esse fechamento é profundamente instável, já que a contradição é constitutiva das formações discursivas. Uma determinada formação discursiva sempre se relaciona com seu outro, seja para negá-lo ou mesmo para incorporá-lo no equívoco da língua.

A noção de enunciação relaciona-se com a de acontecimento, conforme aponta Possenti (2004). O acontecimento teria essa marca da singularidade, de não se repetir, mas vai além: constitui-se numa espécie de matéria-prima da história. Possenti (2004) cita o antropólogo Marshall Sahlins para demonstrar que a cultura de um determinado povo determina a forma como seus membros percebem e interpretam os acontecimentos. “Assim, um acontecimento pode ser estudado como refletindo a estrutura da cultura” (POSSENTI, 2004, p. 21). A cada absorção de um acontecimento, a cultura seria, então, reordenada. Ainda segundo Possenti (2004), Foucault vai propor uma mudança metodológica na história, redefinindo a noção de acontecimento. Contra a pretensão da história em tornar viva a totalidade do passado, ele propõe a análise das transformações das quais as sociedades são capazes. A história, lembra-nos Possenti retomando Foucault, é mais do que inserir acontecimentos em séries, é preciso considerar a descontinuidade como constitutiva do processo histórico. Há uma rede de formações discursivas que determinam a forma como um acontecimento é interpretado na sociedade.

Existem dois caminhos para a interpretação dos acontecimentos. O primeiro é considerar o acontecimento em si, como algo que traz na sua essência a novidade, sem deixar de se remeter a outros acontecimentos passados. O segundo diz respeito à forma como as sociedades interpretam os acontecimentos, gerando discurso a partir deles. Discurso que também se constitui em acontecimento e circula em várias formações discursivas.

Nessa relação entre as formações discursivas, quando conseguimos enxergar na dispersão de enunciados certa regularidade, estaremos diante de uma positividade, um arquivo. O conceito trabalhado por Foucault (2004) diz respeito a todo o sistema de enunciados: “acontecimentos de um lado, coisas de outro (...). O arquivo é, de início, a lei do que pode ser dito, o sistema que rege o aparecimento dos enunciados como acontecimentos singulares” (FOUCAULT, 2004, p. 146-147). Para Foucault, é necessário um distanciamento histórico para que o arquivo seja mais bem percebido¹².

O arquivo é regido por dois sistemas: de enunciabilidade e de funcionamento. Sargentini (2006), ao discutir a concepção foucaultina de arquivo, demonstra que esses sistemas se complementam: aparecem tanto na formação quanto na transformação dos enunciados. Há outra questão importante na relação do pesquisador com o arquivo, trata-se do risco de duas radicalizações: o excesso e a falta. Uma polêmica que veio à tona com a crítica feita pelo historiador Francês J. Leonard ao livro *Vigiar e Punir*, escrito por Foucault em 1975. Em artigo intitulado *L'historien et le philosophe*, em 1975, Leonard vai afirmar que Foucault não trata exaustivamente o arquivo, comporta-se como um “cavaleiro bárbaro que percorria três séculos a rédeas soltas”, se referindo ao saltos por períodos históricos diferentes. A resposta de Foucault no artigo *A poeira e a nuvem*, de 1980, levanta a importância da problematização que norteia a pesquisa. “Para o filósofo, a exaustividade é uma regra para quem quer tratar um período, mas não para se tratar um problema surgido em um dado período” (SARGENTINI, 2006, p. 42). O excesso de arquivo aponta para a ilusão de que está tudo anotado, vigiado, não é mais possível a história como criação. No outro oposto, a falta de arquivo sinaliza o equívoco da soberania do eu, o risco do dogma. Nem saber absoluto, nem impressões subjetivas, a AD caminha pelo meio e se guia pela definição de um ponto de vista para examinar o arquivo. É a pergunta que organiza o *corpus*.

Há, ainda, outro ponto que diz respeito à teoria utilizada neste trabalho sobre a qual cabe fazer algumas considerações. É a respeito dos referenciais teóricos de Bakhtin, lingüista russo cuja teoria veio a público nos anos 20 e foi lida pelos franceses no momento de constituição da AD. No segundo capítulo deste trabalho, vamos nos basear na teoria de Bakhtin sobre os gêneros do discurso para fazer o que denominamos de uma “leitura panorâmica de *piauí*”. Para evitar o risco de incorrer apenas em um uso operacional dos conceitos, fato que tem ocorrido em muitos trabalhos de AD hoje no Brasil, como alerta

¹² A idéia de arquivo, conforme Foucault a concebeu, deriva da Nova História: um campo de conhecimento que propõe uma nova maneira de se olhar a história e não mais se basear em documentos oficiais ou pontos de vista ligados ao poder instituído. A história do cotidiano, dos hábitos, passou também a ser valorizada.

Gregolin (2006), é preciso contextualizá-los. O estudo da autora interessa-nos não só por situar a produção de Bakhtin e sua relação com a AD, como também por clarear uma relação fundamental para esse campo de conhecimento: aquela estabelecida entre Pêcheux e Foucault.

Gregolin (2006) aponta para certa homogeneização dos conceitos dos três autores, em função de um apagamento do contexto histórico e epistemológico em que as teorias foram gestadas. A autora observa que há uma tendência de tratar os autores a partir de “slogans” do tipo: Pêcheux aborda o ideológico e Foucault não tem a nada a ver com o discurso. Em relação a Bakhtin, as falhas costumam ser ainda maiores. A busca de um consenso muitas vezes deixa de lado aspectos contraditórios dos conceitos. Deve ser considerado, por exemplo, o fato da teoria de Bakhtin ter sido escrita na década de 20 e retomada pelos franceses nos anos 60 numa perspectiva diversa do que eles mesmos fizeram vinte anos depois.

Foucault e Pêcheux são contemporâneos e pertencem ao quadro de estudiosos franceses. A produção intelectual deles se dá, principalmente, no período que vai dos anos 60 aos 80. Bakhtin, como dissemos, vem de outra época e geografia, mas participa da constituição da AD, como nos lembra Gregolin (2006, p. 33), como um “outro, uma leitura, uma interpretação”. Uma das principais obras do filósofo russo, *Marxismo e filosofia da linguagem*, escrita em 1929, só foi traduzida na França nos anos 60. O interesse dos franceses, fundadores da AD, por Bakhtin, deve-se ao fato de que seu pensamento permite incorporar aos estudos lingüísticos a história e o sujeito. Esse é o principal corte epistemológico em relação à tradição de estudos inaugurada por Saussure e que chamou a atenção do grupo de Pêcheux no momento em que ele se deparava com a necessidade de ampliar os limites da Lingüística.

Há, de acordo com Gregolin (2006), uma descontinuidade na forma como Pêcheux se relaciona tanto com a teoria de Bakhtin quanto com a de Foucault. Uma das principais causas dessa discordância, num primeiro momento, é a filiação de Pêcheux ao Marxismo, via Althusser. Para Pêcheux, num primeiro momento, a teoria de Bakhtin se afastava do Marxismo e incorria num sociologismo e humanismo teórico dada a forma como propunha os conceitos de interação e dialogia. Foucault, por sua vez, não se identificava com a influência althusseriana, na medida em que, como dissemos, acreditava num jogo de saber e poder pulverizado na sociedade e não em um poder único, central.

A partir da revisão da AD feita pelo próprio Pêcheux nos anos 80, o lingüista francês se afasta do Marxismo tradicional e vai encontrar, justamente em Foucault, um referencial para se pensar as relações de poder e saber na sociedade. De Bakhtin, ficou como

contribuição a noção da alteridade que permeia toda discussão sobre formações discursivas, na medida em que a presença do outro estabelece os limites de uma determinada formação discursiva e está presente também no interior de uma mesma FD. Assim, mais do que reconhecer o pioneirismo de Bakhtin ao ampliar os limites do estritamente lingüístico, é preciso considerar a presença de uma voz bakhtiniana na análise de nosso *corpus* como pressuposto filosófico para se pensar a relação com o outro. A alteridade está presente tanto na relação estabelecida por *piauí* com os outros setores da mídia, quanto no interior da própria formação discursiva em que a nova revista se insere.

1.1 PIAUÍ: UM ACONTECIMENTO DISCURSIVO

As principais referências que embasam nossas análises foram brevemente descritas acima: ao aplicá-las, voltaremos a discutir especificidades de cada uma delas. Gostaríamos, agora, de discutir mais detalhadamente a questão de pesquisa, o ponto de vista do qual partiremos para olhar o objeto. Nosso próximo passo é sistematizá-la antes de iniciar a análise propriamente dita.

Partimos da idéia de que o surgimento de *piauí* é um acontecimento discursivo na medida em que a revista diverge da configuração padrão predominante na imprensa brasileira, é saudada como novidade no interior da própria mídia, como demonstra o comentário feito por Sérgio Rodrigues no *site Observatório da imprensa*:

Acredite se quiser: o primeiro número de “piauí” (assim mesmo, sem maiúscula) que terá 50 mil exemplares postos à venda nas bancas de todo o país amanhã, não traz nenhuma matéria de denúncia. (...). Também não encomendaram a um médico um decálogo para uma vida longa, nem a um mísero *personal trainer* a sua lista de dicas de boa forma. (...). Cadê a entrevista-bomba com o ídolo da música ou o craque de futebol falando de sua primeira broxada? (...) Qualquer que seja o parâmetro, o fato é que “piauí” não se parece com nada que existe no mercado brasileiro. Como toda imprensa fugiu desse tipo de jornalismo, sobrou um vácuo, que eu chamo de orfanato (RODRIGUES, 2006)¹³.

A idéia de vácuo, de orfanato, presente no texto de Rodrigues, remete à falta de espaço de circulação de formações discursivas não contempladas pela grande mídia, mas talvez presentes em nichos da ideologia do cotidiano, materializadas em enunciados dispersos

¹³ Por se tratar de texto eletrônico, a referência não possui página.

em filmes, letras de música, conversas de rua. Ao dar forma a esse sentimento de orfandade, *piauí* se inscreve como resistência e tenta formar uma nova comunidade de sentido na dispersão do meio social.

Os indícios dessa resistência em *piauí* se manifestam através da retomada interdiscursiva de elementos da contracultura, gestados no ambiente da esquerda nas décadas de 60 e 70 no Brasil, com propostas de mudanças políticas e comportamentais. Não se trata, porém, de uma visão saudosista. As referências a outros estilos de vida perdidos no tempo se dão numa tentativa de questionamento dos modelos hegemônicos. A revista parece indagar: onde estão os traços de um jeito de ser brasileiro que pode, ao mesmo tempo, afirmar nossa identidade na nova ordem mundial e nos afirmar como nação? Ao fazê-lo, também não se inscreve numa ordem provinciana, nem em modelos rígidos de identidade. Há, na dispersão de enunciados nas páginas de *piauí*, uma unidade de aspectos relativos à constante construção – nunca finalizada – de uma identidade brasileira possível, sempre tomada na dimensão imaginária. Para buscar essa unidade, pretendemos percorrer o caminho de formações discursivas que constituem o que denominamos de “arquivos de brasilidade”, assim entendidos porque reúnem discursos de construção de uma idéia do que é ser brasileiro. A maioria desses arquivos se constituiu no ambiente de mudanças políticas e comportamentais da década de 60, tais como o Cinema Novo, o Tropicalismo, a imprensa alternativa; e traz, por sua vez, marcas interdiscursivas de momentos anteriores, como a antropofagia modernista, num novelo cujo desenrolar aponta para a constituição discursiva do que é ser brasileiro no tempo histórico, desde a chegada dos portugueses.

Como é próprio do discurso, a cada retomada, constroem-se novos sentidos. É o que ocorre com a irrupção de *piauí* na sociedade globalizada, num momento histórico em que as identidades nacionais são ameaçadas pelo poder hegemônico dos países ricos e da ideologia neoliberal. A partir desses rastros históricos, dispersos, vamos tentar buscar os novos sentidos da busca de uma memória dos anos 60 no momento atual. Orlandi (2007), ao descrever as características da AD francesa, esclarece que a relação entre a teoria e o texto não é para extrair do último um sentido, mas para “problematizar essa relação, ou seja, para tornar visível sua historicidade e observar a relação de sentidos que aí se estabelece, em função do efeito de unidade” (ORLANDI, 2007, p. 173). Courtine (1981), por sua vez, pontua o campo da AD como aquele que mostra os protagonistas, decompõe os movimentos, mostra os alvos e precisa as estratégias.

O processo de análise em AD dá-se a partir da constituição de um *corpus* – para nós, as 12 primeiras edições da revista *piauí* –, da definição de um ponto de vista (a

pergunta que organiza esse *corpus*) e de intervenções constantes da teoria para reger a relação do analista com o seu objeto (NAVARRO BARBOSA, 2006, p. 70). Partimos do princípio de que o surgimento de *piauí* retoma e modifica formações discursivas que circulavam na sociedade brasileira nos períodos de resistência à Ditadura Militar, sobretudo pela vertente da contracultura.

Nas páginas seguintes, nosso trabalho vai buscar essas marcas na materialidade discursiva da revista para entender de que forma elas se relacionam com formações discursivas que circulam hoje na sociedade brasileira em tempos de globalização. A circulação de informações em escala global torna, em certos momentos, impossível restringir a movimentação dos discursos a um território (um país): há trocas, deslocamentos, formações discursivas atravessam oceanos em tempo real. Há uma padronização discursiva a nível planetário materializada tanto nas revistas que tratam do mundo das celebridades, quanto nas informativas semanais. Por detrás dessa padronização, se esconde um estilo de vida e o consumo de produtos globalizados, sobretudo entre as classes mais beneficiadas economicamente, como observa o psicanalista Contardo Calligaris:

Basta transitar por saguões de hotéis e salas de espera de aeroportos para descobrir que, pelo mundo afora, proliferam publicações suntuosas (...) cujo tema é o luxo. Nessas revistas, as matérias em geral exaltam a vida prazerosa de quem consome os objetos propostos nos anúncios (CALLIGARIS, 2008, p. 12).

A irrupção de *piauí* aponta para uma resistência ao discurso capitalista globalizado inscrito numa formação discursiva de cultivo do luxo. A própria escolha do nome da revista – uma referência ao estado mais pobre da Federação – parece buscar um lugar brasileiro para olhar as contradições da ordem econômica a partir do desprezado, da voz dissonante, como nota Bauman.

Em nenhum momento dos últimos dois séculos, mais ou menos, as linguagens faladas respectivamente pelas elites instruídas e abastadas e pelo resto do “povo”, assim como as experiências relatadas nessas linguagens foram tão diferentes entre si (BAUMAN, 2004, p. 103).

1.2 A CONSTRUÇÃO DO IMAGINÁRIO NO DISCURSO: CONSIDERAÇÕES SOBRE AS SIGNIFICAÇÕES E O SENTIDO

A revista *piauí* surge como espaço de circulação de novas significações presentes no real e transformadas pelo discurso da revista, que volta a interagir com o real. Nessa trajetória, a nova revista busca constituir uma identidade diferenciada em relação aos inúmeros discursos que circulam na mídia. Esse esforço é percebido na construção de uma linha editorial no campo do imaginário, cuja base é a linguagem e sua capacidade infinita de criar novos significados. “Não podemos sair da linguagem, mas nossa mobilidade na linguagem não tem limites e nos permite tudo questionar, inclusive a própria linguagem e nossa relação com ela” (CASTORÍADES, 1982, p. 153). Consideramos pertinente uma reflexão filosófica sobre a construção do imaginário nas sociedades para apreender o ponto em que as mudanças nesse campo modificam também o real histórico. Se *piauí* tateia o novo, ainda que para isso retome formações discursivas da década de 60, busca-o no campo do imaginário. A questão que se coloca é como, a partir do imaginário, o real se transforma. Toda mudança histórica se dá, num primeiro momento, num nível imaginário, como indica o trabalho do filósofo grego Cornelius Castoriades (1982), em *A instituição imaginária da sociedade*.

O pensamento de Castoriades (1982) demonstra que tanto a realidade quanto a racionalidade são produtos do imaginário, indissociáveis de uma finalidade e de um projeto político. Castoriades torna-se crítico da maneira como o pensamento de Marx foi aplicado no socialismo real. O autor aponta nessa trajetória as marcas da ideologia, de acordo com o próprio conceito de Marx: “um conjunto de idéias que se refere a uma realidade não para esclarecê-la ou transformá-la, mas para encobri-la e justificá-la no imaginário, que permite às pessoas dizer uma coisa e fazer outra” (CASTORÍADES, 1982, p. 21). O Marxismo, para Castoriades (1982), está morto como teoria, tanto por sua aplicação, quanto por ser um sistema fechado. A crença de uma verdade acabada e adquirida – presente na aplicação do Marxismo – é, na visão do pensador grego, um dos fundamentos da adesão a todo tipo de totalitarismo: do Fascismo ao Stalinismo.

Se o autor pontua as críticas ao Marxismo, o faz com maior ênfase em relação à sociedade capitalista, sistema pelo qual o poder toma o outro como coisa, na medida em que o consumo se torna um fim e não um meio. Há o estabelecimento de uma inversão: ao invés das instituições estarem a serviço da sociedade, é a sociedade que está a serviço das instituições. A consequência é o desaparecimento do outro na impessoalidade da economia de mercado. Esse mecanismo gera uma crise que poderia ser superada com a construção de uma sociedade da autonomia.

O estágio inicial da autonomia é a elucidação, trabalho pelo qual “os homens tentam pensar o que fazem e saber o que pensam” (CASTORÍADES, 1982, p. 14), capaz de atuar como um antídoto ao risco dos extremos totalitários. No meio social, o desafio é a busca da práxis que, para Castoriades, pressupõe o outro como agente essencial de desenvolvimento de sua própria autonomia. Pela elucidação e pela práxis – geradoras de autonomia – haveria uma mudança positiva nas relações sociais.

A autonomia, para Castoriades (1982), deve ser buscada em dois níveis complementares: o individual e o social, sempre a partir de uma relação com o outro. Numa dimensão individual, a Psicanálise nos ensina que o inconsciente é o “outro” em mim, assim, é preciso estabelecer uma relação de conhecimento das pulsões que nos governam. O sujeito autônomo é o que reconhece o seu desejo: “olhar e suporte de olhar, pensamento e suporte de pensamento, corpo material e corpo metafórico” (CASTORÍADES, 1982, p. 12). Numa dimensão das relações sociais, o ideal da autonomia é a elaboração do discurso do “outro”, mas o filósofo nos alerta para a impossibilidade dessa concretização no modelo social governado pelo mercado. Nenhuma autonomia pode superar a estrutura opressiva da sociedade na qual vivemos. O “outro” desaparece no anonimato coletivo.

Toda mudança histórica surge, em princípio, no imaginário. O problema central da história seria, para o filósofo grego, a especificidade de cada sociedade como especificidade de sentido: “algumas sociedades introduzem dimensões inexistentes anteriormente, o novo qualitativo” (CASTORÍADES, 1982, p. 117). Para o autor, há um entrelaçamento do simbólico com o mundo social histórico. O filósofo grego cita as bolsas de valores como exemplo da dificuldade de se estabelecer fronteiras entre o racional e o simbólico, presentes nas variantes que justificam a alta ou a baixa das ações. Convenções como a semana de sete dias é uma construção no real antecedida pelo imaginário.

O movimento se daria então no seguinte sentido: o simbólico transforma o real e do real se cria um novo simbólico. É, portanto, a partir do natural e do histórico – o que já estava lá – que o simbolismo se desenvolve. Toda mudança começa pelo imaginário: “o produto deve existir no e pelo imaginário social efetivo antes de ser e para poder ser real” (CASTORÍADES, 1982, p. 305). Castoriades considera a existência da vida social nas dimensões do *teukhein* – construir, fabricar, fazer – e do *legein* – contar, dizer. É na relação entre essas duas instâncias que o simbólico é transformado pelo real e o real modifica novamente o simbólico.

Joel Birman (2006) aponta, como dissemos anteriormente, a dificuldade de simbolização em função da rapidez das mudanças no mundo moderno como uma das causas

do mal-estar. Haveria, nessa perspectiva, um predomínio do fazer sobre o pensar. Essa característica tornaria mais difícil, na sociedade contemporânea, a busca da elucidação, logo, da autonomia – só conquistada por uma articulação constante entre o fazer e o pensar, conforme nos ensina Castoriades (1982).

Contra essa ordem vigente, *piauí* resiste e tenta criar, no campo imaginário, um outro tempo-lugar. Enunciados como *a revista para quem gosta de ler* e *a revista para quem tem um parafuso a mais*, estão a serviço de uma estratégia de marketing para associar a revista a um conteúdo de textos mais longos e reflexivos – num outro espaço de circulação que não a academia – e apontam para um deslocamento, uma quebra relativa no primado do fazer em relação ao pensar, tão característico da vida contemporânea. *piauí* dá forma discursiva a uma sensação difusa na sociedade: o sentimento de uma certa insatisfação com o modo de vida contemporâneo. É uma tentativa de se restituir o lugar do pensar na modernidade tardia. Os enunciados de divulgação da revista (retomados em vários momentos neste trabalho) sintetizam essa idéia. O desenvolvimento tecnológico e científico não nos livrou da aceleração das atividades diárias – o predomínio do fazer: fator de variadas formas de angústia, quando não de doenças mais graves do psiquismo, como aponta Birman. Ao trocar as telas multimídia por uma revista cujo aspecto remete a publicações antigas e cujo conteúdo procura estar em afinidade com a contemporaneidade, o leitor se inscreve numa outra relação, marcada pelo tempo maior de leitura e por uma tentativa de organização da fragmentação da vida contemporânea, empreendida no corpo da revista. Este nos parece um ponto central da diferença simbólica materializada no discurso de *piauí*.

O imaginário é o elemento responsável pela funcionalidade de cada sistema institucional e pela criação de cada época histórica, é também a fonte do que se dá como “sentido indiscutível e indiscutido” (CASTORIÁDES, 1982, p. 175), daquilo que deve e não deve ser feito. *piauí*, ao mesmo tempo em que reflete, quer criar uma nova ordem, colocar no limbo os sentidos dados como estáveis. A construção desse imaginário se dá por meio da linguagem na sua dimensão de código que articula um significante a um significado: “No seu existir material-abstrato, enquanto código ou sistema de código de significantes, a linguagem é o primeiro e único conjunto que jamais existiu, o único conjunto real” (CASTORIÁDES, 1982, p. 278). É na linguagem, portanto, que o simbólico é transformado em real.

Assim, Castoriades (1982) procura pensar o social como um magma em que se misturam o social, o imaginário e o inconsciente, cada um deles estabelecendo uma relação diferenciada com o tempo. A dimensão inconsciente é um “lugar sem tempo” (CASTORIÁDES, 1982, p. 317). O tempo capitalista é infinito: progresso, crescimento

ilimitado, acumulação, racionalização, conquista da natureza, realização de uma fantasia da onipotência. Há uma distinção, proposta pelo filósofo, entre o tempo identitário (os meses, o calendário) e o tempo imaginário (tempo de significação, de se representar o social). É nesse sentido que podemos falar da gestação de um novo tempo proposta por *piauí*. Uma alternativa espaço/temporal à fragmentação e correria da vida moderna, a busca de uma unidade, de histórias que tenham começo, meio e fim (não necessariamente nessa ordem).

Castoriades (1982) demonstra que somos governados mais por esse universo das significações do que propriamente pelo tempo identitário. O que unifica uma sociedade é a unidade de seu mundo de significações e, conseqüentemente, toda transformação social passa antes por esse universo: a linguagem. “A passagem a outra dimensão da língua é sempre possível e sempre iminente” (CASTORIÁDES, 1982, p. 399).

A forma como o filósofo trabalha o conceito de imaginário ajuda-nos a buscar uma articulação fundamental nos estudos da AD: a do real histórico com o real da língua. Em outras palavras, cumpre indagar como os sentidos construídos em *piauí* refletem transformações ocorridas na sociedade brasileira. Essa questão será melhor trabalhada quando discutirmos a identidade brasileira na sociedade globalizada. É nesse terreno que se entrelaçam os enunciados presentes em *piauí* e a história mais recente do país.

Há, ainda, outra contribuição no terreno da Filosofia para pensar a especificidade social como especificidade de sentido. Trata-se de uma espécie de “estatuto do sentido”, trabalhado por Gilles Deleuze (2006) a partir da análise da obra *Alice no país das maravilhas*, de Lewis Carrol. Deleuze descreve 34 séries que refletem, fundamentalmente, sobre a maneira como os sentidos se dão. Para Deleuze, o sentido está na fronteira entre a proposição e a coisa: não existe fora da proposição, mas tem outra objetividade. É o exprimível da proposição e o atributo do estado de coisas (DELEUZE, 2006, p. 22).

Há, na própria natureza do sentido, uma incompletude, uma ambigüidade que foge a toda ilusão de unicidade. Apesar dessa característica constitutiva, observamos, na história recente do país, tentativas de interdição do sentido. Quando, por exemplo, a Ditadura Militar utilizava a censura para dizer o que era ou não permitido, ou quando a esquerda revolucionária só adotava como sentido possível a revolução, estávamos diante de tentativas – sempre frustradas – de se criar unicidade de sentido.

Até mesmo no atual momento, quando consolidamos a democracia no país, ocorre uma tendência em muitos setores do jornalismo brasileiro de se unificar os sentidos por um viés ideológico: as tentativas de explicar, classificar, qualificar os acontecimentos e não se abrir para suas pluralidades, nuanças, contradições. O surgimento de *piauí* desloca, como

pretendemos mostrar nas análises, a própria relação com o sentido, por assumir em sua escrita essa ambigüidade constitutiva e, por isso, abrir o leque de significações. Deleuze propõe um olhar sobre o acontecimento e não sua interpretação para o entendimento do sentido. “Não perguntaremos, pois, qual é o sentido de um acontecimento, o acontecimento é o próprio sentido” (DELEUZE, 2006, p. 23).

A relação dos estudos em AD com o sentido é um campo que requer cuidados, como alerta Navarro Barbosa (2006). A todo o momento, na elaboração da análise, é preciso desconfiar das conclusões apressadas. Não se pode esquecer, diz o pesquisador, que o sentido é opaco, foge ao nosso controle; ele não está exclusivamente no texto, se encontra no espaço entre a língua e a história (o lugar do discurso), é preciso fugir de uma concepção subjetiva de sujeito, ele não é fonte de sentido.

É preciso relembrar as contribuições de Pêcheux (1988), ao articular as noções de sujeito e ideologia na construção dos sentidos. Uma palavra, uma expressão ou proposição não existe na relação transparente com o significante, mas é sempre determinada pelo processo sócio-histórico. “As palavras, expressões, proposições, etc, mudam de sentido segundo as posições sustentadas por aqueles que as empregam” (PÊCHEUX, 1988, p. 160). Assim, a noção de formação ideológica antecede a noção de formação discursiva, sendo que a última seria a representação na linguagem da primeira.

Se as revisões pelas quais passou a AD indicam que não existe apenas uma ideologia, mas ideologias que disputam através do discurso as relações de poder, é preciso considerar que a ideologia não possui um exterior para si mesma (PÊCHEUX, 1988). Dessa forma, o mapeamento do jogo entre as diferentes formações discursivas seria o caminho para a identificação dos aspectos ideológicos.

Assim, navegando num terreno ambíguo – o do discurso em sua relação com o sentido – a partir do arcabouço teórico dos autores citados anteriormente, escolhemos um ponto de vista para olhar nosso objeto, já esboçado nas linhas anteriores. Vamos mapear esse ponto de vista para iniciar a análise propriamente dita.

1. Analisar o surgimento de *piauí* como um acontecimento discursivo na medida em que ela traz um deslocamento no discurso predominante da imprensa brasileira, valorizando aspectos como o texto e a reportagem mais elaborada, propondo um novo olhar sobre o cotidiano. Essas intenções aparecem no material de divulgação da revista. Vamos buscar coerências e contradições entre o discurso de lançamento e a materialidade de textos presentes nas edições escolhidas.

2. Analisar, na dispersão de textos das 12 primeiras edições de *piauí* – o *corpus* de pesquisa –, regularidades que constituem formações discursivas, nas quais aparece como interdiscurso elementos da contracultura e do ambiente revolucionário dos anos 60. Há um diálogo entre os enunciados da revista e os “arquivos de brasilidade” cujas relações apontam para a retomada de um fio discursivo interrompido pela Ditadura e ofuscado pela ordem neoliberal dos primeiros anos da volta à democracia.
3. Buscar a articulação entre o real da língua e o real da história, com vistas aos sentidos que a retomada desses valores sessentistas tem no presente e, assim, entender as novas configurações da identidade brasileira na sociedade globalizada. Qual sociedade engendrou *piauí* e como o surgimento da revista dialoga e participa da modificação dessa sociedade?
4. Mapear os vários campos da resistência configurados em *piauí*: nos temas, no gênero, na linguagem, na prática de leitura. Tentar entender essas formas de resistência considerando os saberes e poderes instituídos na sociedade brasileira contemporânea e a forma como eles se manifestam na mídia. Através desse mapeamento, pensar a irrupção de *piauí* como um aceno (para) e um sintoma (de) novas possibilidades de existir na contemporaneidade.

É esse o desafio das próximas páginas. O próximo passo é a busca de uma aproximação com o nosso objeto.

CAPÍTULO 2

O GÊNERO COMO LUGAR DE RESISTÊNCIA: ENTRE O JORNALISMO LITERÁRIO E A LITERATURA JORNALÍSTICA

O enunciado síntese de divulgação da nova publicação – *uma revista para quem gosta de ler* – indica que, num contexto em que predomina a comunicação mista, multi-modal (BARTHES, 1993), marcada pela convivência entre texto verbal e imagem, está se investindo numa prática de leitura divergente à tendência hegemônica. As edições de *piauí* confirmam: no lugar de notas informativas curtas, cercadas de fotos, temos reportagens longas, com raríssimas fotos. Podem-se percorrer páginas inteiras cobertas com texto exclusivamente verbal sem que as imagens desviem a atenção do leitor. O formato da revista é semelhante ao jornal tablóide (35 cm x 26 cm), impressa em papel pólen soft, conforme descrição de Paulo Bernardo Ferreira Vaz e André Góes Mintez:

Configurada de um modo elegantemente tradicional, com um grid de quatro colunas (ora ocupadas separadamente, ora compondo o texto em uma única coluna correspondente à largura de duas estreitas), recorre a poucas fontes tipográficas, modernamente elegantes, e oferece ótima legibilidade no *layout* de todas as suas páginas (VAZ; MINTEZ, 2007, p. 01-02).

Os autores observam que o *design* gráfico de *piauí* explora uma visualidade usada na primeira metade do século XIX, com o mesmo número de colunas das antigas “folhas” e textos longos com poucas ou nenhuma ilustração. “O que se via nos primórdios da imprensa, então, é parcialmente recuperado e oferecido por *piauí* a seus leitores propensos a uma leitura silenciosa, ou, no máximo, murmurante, sussurrante” (VAZ; MINTEZ, 2007, p. 10). Esse modelo convive, no entanto, com a contemporaneidade da linguagem da *web* na escolha da caixa baixa, com inicial minúscula no título da revista e a indicação do ano de publicação apenas pelos dois últimos dígitos: “uma prática recorrente na informática, que institucionalizou esta representação como forma de economia de espaço desde os primórdios da computação” (VAZ; MINTEZ, 2007, p. 11).

Há, já no aspecto tipográfico de *piauí*, uma transição entre o passado e o moderno que se relaciona, como veremos, com o conteúdo da revista. O aspecto formal de revista antiga produz uma primeira impressão no leitor, mas ao se ater ao conteúdo, é perceptível a escolha de temas da contemporaneidade, e mesmo quando trata de temas históricos, a revista o faz a partir de um ponto de vista contemporâneo.

Grande parte das reportagens se enquadra no gênero do chamado *Novo Jornalismo*, surgido nos anos 50 nos Estados Unidos e caracterizado por textos longos, descritivos, autorais. Carlos Eduardo Lins da Silva (1991) observa a influência de duas correntes do jornalismo americano no Brasil. A primeira diz respeito ao estilo jornalístico do texto objetivo, curto, baseado nas cinco perguntas do lide – o que, quando, como, onde e por que -, introduzido no Brasil pelas agências de notícia americanas. Esse tipo de texto possui uma estrutura denominada pelos jornalistas de pirâmide invertida, uma expressão cujo significado é a hierarquização de informações no corpo da reportagem: as mais importantes vêm em primeiro lugar e as menos interessantes em seguida, de modo a permitir que os editores possam cortar os trechos finais do texto, preservando os aspectos considerados essenciais da informação. A segunda corrente é o chamado *New journalism*, caracterizado pela ênfase em detalhes reveladores do fato narrado e não em estatísticas, temos aqui valorização dos detalhes físicos e de atitudes, os jornalistas passam a ser autores e personagens das narrativas¹⁴.

É perceptível a filiação de *piauí* ao segundo caminho, o do chamado *Novo Jornalismo* ou *Jornalismo Literário*. Esse tipo de jornalismo deixou suas marcas na imprensa brasileira através de publicações como *Senhor*, nos anos 50, e *Realidade*, nas décadas de 60 e 70¹⁵. Carlos Eduardo Lins da Silva (1991) observa, entretanto, que por razões econômicas e pela “tradição oral e verborrágica da cultura brasileira” (SILVA, 1991, p. 111), o *Jornalismo Literário* teve pouca representatividade no país. Joaquim Ferreira dos Santos (2005) enumera as principais características desse tipo de reportagem, entre elas estão: as mudanças de ponto de vista no decorrer do texto, a ousadia em avançar sobre os limites tradicionais do jornalismo, passar dias ou semanas com os personagens retratados no texto, “entrevistar exaustivamente cada um desses guias e saber com profundidade o que ele viu” (SANTOS, 2005, p. 240), e, por fim, ignorar as classificações de gênero, como por exemplo, “isto é um artigo, isto é uma crônica” (SANTOS, 2005, p. 241).

Como o estudo de Silva (1991) se propõe a analisar as influências americanas no jornalismo brasileiro, não há referência à imprensa alternativa, cujo ícone foi o jornal *O Pasquim*, editado no Rio de Janeiro entre o final dos anos 60 e o início da década de 70. A imprensa alternativa representada por *O Pasquim* foi um caminho do jornalismo brasileiro na

¹⁴ *Novo Jornalismo* é uma expressão usada para designar esse tipo de jornalismo surgido na década de 50 nos Estados Unidos, cujos princípios foram retomados nos anos 80 sob a identificação de *Jornalismo Literário*. Nesse trabalho, usamos os dois conceitos como sinônimos.

¹⁵ Na reportagem publicada em *Valor Econômico* sobre o surgimento de *piauí*, o editor João Moreira Salles faz referências às duas publicações para contextualizar o lançamento da nova revista.

Ditadura Militar em que a produção era feita com baixos custos e de forma quase artesanal. É um espaço mais de críticas aos costumes da vida brasileira do que de longas reportagens ao estilo do *Jornalismo Literário*, embora tenha uma linguagem informal que não procura esconder a subjetividade do narrador. A lembrança de *O Pasquim* se justifica porque *piauí* tem uma marcante presença interdiscursiva do tablóide carioca, conforme pretendemos mostrar no capítulo 4. Por hora, gostaríamos de demarcar em *piauí* traços do *Novo Jornalismo* americano em convivência com a influência de *O Pasquim*. A nova publicação aponta, como veremos, para um lugar intermediário entre o *Novo Jornalismo* e uma voz brasileira cuja matriz de sentido está em *O Pasquim*.

A influência do *Novo Jornalismo* se faz notar nas reportagens longas, descritivas, autorais. Esses relatos convivem, no entanto, com contos, poemas e quadrinhos. A divisão entre o jornalismo e a ficção nas páginas da revista é discreta. Um traço que caracteriza essa quase indistinção é a presença de uma frase curta no canto esquerdo da página a anunciar que o que lemos se trata de ficção. Essa indicação pode, inclusive, passar despercebida ao leitor mais desatento. O resultado é a instalação de certa ambigüidade em relação à forma de gêneros tradicionais: ao lermos uma ficção, por exemplo, podemos ter a impressão de que se trata de uma reportagem típica do *Jornalismo Literário*.

É o que acontece no conto *Os últimos dias de Muhammad Atta*, escrito por Martin Amis e publicado na edição número 02, de novembro de 2006, em *piauí*¹⁶. O texto narra o que seria o último dia de vida de um terrorista que participou do atentado de 11 de setembro nos Estados Unidos: “No dia 11 de setembro de 2001, ele abriu os olhos às 4 da manhã, em Portland, no Maine; e teve início o último dia de Muhammad Atta” (*PIAUI*, nº 02, nov. 2006, p. 36).

A forma como o escritor vai tecendo o relato assemelha-se às reportagens do estilo *Jornalismo Literário*, que reconstituem com detalhes a narrativa dos acontecimentos. Com a liberdade possibilitada pela arte, observamos, no decorrer do texto, como o autor narra detalhes íntimos da vida do personagem. Só a literatura pode chegar aonde nem o mais eficiente *Jornalismo Literário* conseguiria ir: aos sentimentos que motivaram o atentado, à mente do terrorista nos instantes finais da ação que coordenava. A ficção de Martin Amis parte de fatos – um atentado que marcou a história da humanidade – para buscar sentidos que toda a profusão de reportagens sobre o assunto tateou sem conseguir atingir: o que pensavam e sentiam os homens que comandaram o atentado? A perplexidade do acontecimento

¹⁶ Importante observar que existe a referência no canto esquerdo da página, indicando que se trata de um texto de ficção.

simbolizada pela imagem das torres caindo após o choque dos aviões gera uma carência de sentidos que a ilusão de verdade do jornalismo é impotente para dar conta¹⁷. Essa lacuna só pode ser ocupada pela criação artística. É oportuno lembrar as palavras de Roland Barthes ao falar do cineasta italiano, Michelangelo Antonioni.

Quantos crimes a humanidade já cometeu em nome da verdade! E, no entanto, essa verdade sempre só era um sentido. Quantas guerras, quantas repressões, quantos terrores, quantos genocídios para o triunfo de um sentido! O artista, porém, sabe que o sentido de uma coisa não é sua verdade; esse saber é uma sabedoria, uma louca sabedoria, poderíamos dizer, pois o retira da comunidade, do rebanho de fanáticos e arrogantes (BARTHES, 2007, p. 03).

Vejamos, então, de que maneira o escritor narra os momentos finais de um dos terroristas que comandaram o ataque às torres gêmeas e avança, em nossa fome de sentido, onde o jornalismo é impotente.

O voo 11 da *American Airlines* bateu às 8h46m. O corpo de Muhammad Atta estava além de qualquer cura às 8h46m41s, mas sua mente, sua presença, precisou de um tempo para encerrar os trabalhos (...). A alegria de matar era proporcional ao valor do que era destruído. Mas esse valor era uma coisa que assassino nenhum jamais veria e jamais poderia aferir (...) sim, como ele subestimara a vida tremendamente. A sua própria, ele a odiara e quis se livrar dela (...). Então ela se fez num eco e terminou (PIAÚÍ, nº 02, nov. 2006, p. 42).

No material de divulgação da nova revista, o que chamamos *Carta de intenções*, há um texto esclarecedor sobre o espaço entre a literatura e o jornalismo. Os editores reconhecem que *piauí* é uma revista de reportagens sem abrir mão de outros horizontes: “Para dar conta de situações que estão além do poder da narrativa jornalística, *piauí* publicará ficção. Na forma de contos, trechos de romances, invenções literárias e histórias em quadrinho” (CARTA DE INTENÇÕES)¹⁸.

Esses relatos ficcionais formam um *continuum* com o texto jornalístico nas páginas da revista, de forma a demonstrar a incapacidade de o jornalismo tradicional dar conta da demanda de sentidos que a “perplexidade” da vida moderna provoca. O relato ficcional do terrorista é precedido de uma reportagem intitulada *O agente clandestino*, de Marcos Sá Corrêa, que fala sobre um parasita “alojado em 126 milhões de brasileiros” (PIAÚÍ, nº 02,

¹⁷ A esse respeito, consultar: CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2006. Na página 243, o autor discute a pluralidade de sentidos da cobertura do 11 de setembro e mostra como a cobertura jornalística “roteirizou” o atentado de maneira semelhante à tradição dos filmes de catástrofes.

¹⁸ Material em anexo.

nov. 2006, p. 34). A reportagem – cuja indicação no canto esquerdo da página indica tratar-se de uma *psicologia aplicada* – relata que os hospedeiros desse parasita podem, de acordo com os pesquisadores, apresentar sintomas estranhos como “uma atração insensata pelo perigo e, ao mesmo tempo, uma aversão a mudanças” (*PIAUÍ*, nº 02, nov. 2006, p. 34).

Na seqüência do relato ficcional do terrorista, um texto intitulado *Esta Londres livre e trigueira*, do jornalista Ivan Lessa, fala de seu retorno a Londres, a cidade que escolheu viver, depois de uma visita ao Rio de Janeiro, sua terra natal há 28 anos não revisitada¹⁹. Na volta à Inglaterra, o tema da crônica é o comportamento do turista brasileiro. O que chama a atenção é o fato da ficção de Martin Amis estar entre o relato de possíveis mudanças psicológicas causadas por um parasita e a volta de um carioca a Londres. Os dois fatos reais recheados pela ficção apontam para a temática do modo de vida contemporâneo. De um lado, as descobertas da ciência que podem explicar o comportamento dos homens, de outro, o turista brasileiro: “um ser digital. Digital seu pé direito, digital seu pé esquerdo, digital suas mãos, digital seu cônjuge” (*PIAUÍ*, nº 02, nov. 2006, p. 43). Os sentidos do texto de ficção e dos relatos jornalísticos se cruzam. Os três assuntos se relacionam por tratarem da sociedade globalizada, o fluxo turístico, a facilidade de viagens e contatos que podem tanto transmitir parasitas (o temor de um terrorismo biológico), quanto abrigar, num vôo comercial, um terrorista.

Outra ficção – com direito à chamada de capa na edição número 11, de agosto de 2007 – expõe um tom provocativo sobre um tema também caro à modernidade. *Meio ambiente é o caralho*, texto de André Sant’Anna, narra em primeira pessoa a visão de um prefeito de uma cidade litorânea brasileira.

Esse pessoal do meio ambiente fala que eu sou ladrão, mas é tudo mentira. Eu tenho os meus terreno, as minha imobiliária, os meus posto de gasolina, os meus bares. Não preciso ficar roubando nada, porque eu já sou rico (...). Eu é que quebro o galho dos pessoal que quer abrir os treiler na praia. Eu é que deixo os pescador pescar lagosta, tartaruga, essas coisa que o meio-ambiente não deixa (*PIAUÍ*, nº 11, ago. 2007, p. 67).

Os dois personagens – o terrorista árabe e o prefeito que passa por cima das leis ambientais – inscrevem-se nas narrativas ficcionais que ocupam um espaço deixado em aberto pelo jornalismo. Seria difícil ao jornalismo conseguir um depoimento tão sincero de um prefeito sobre a dicotomia meio-ambiente/progresso, da mesma maneira que nenhum

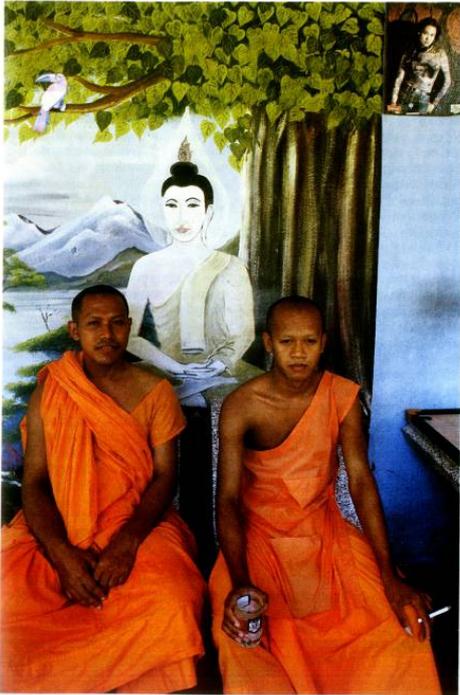
¹⁹ O retorno de Lessa à vida carioca é um texto emblemático, publicado no primeiro número de *piauí*, que analisaremos posteriormente.

repórter conseguiria traçar um perfil tão íntimo do terrorista que jogou sua própria vida nas torres gêmeas. Se os textos são ficcionais, a temática é muito próxima das questões que rondam a mídia. A escolha desses temas busca completar a carência de sentidos do jornalismo, fazer de *piauí* um espaço que vai além dos limites jornalísticos tradicionais.

A relação entre jornalismo e literatura ganha novas nuances pela verve do humor. Na edição número 07, de abril de 2007, o leitor é surpreendido por um texto assinado por Santo Cilauro, Tom Gleisner e Rob Stich, que traz, no canto esquerdo da página, a indicação da seção *viagem*. A apresentação gráfica e o título – *Phaic Tan: um assalto aos sentidos* – dão a entender que estamos diante de uma reportagem sobre roteiro turístico. A forma como a reportagem se apresenta segue uma corrente oposta ao restante da revista: fotos coloridas, boxes, infográficos, textos em negrito. Uma breve introdução explica:

Por muitos anos esse exótico país asiático ficou restrito a viajantes destemidos, agentes humanitários e negociadores de seqüestros. Conheça este estranho paraíso, uma explosão de imagens, sons, aromas e, sobretudo, de estranhos movimentos intestinais (*PIAUI*, nº 07, abr. 2007, p. 40).

O leitor penetra no conteúdo do texto acreditando estar diante de uma reportagem. Nas ilustrações, há um mapa identificando o exótico país. Na medida em que avançamos na leitura, percebemos o absurdo da situação. O país não existe, não é uma reportagem, estamos diante de um dos sentidos que a palavra “viagem” costuma ter na linguagem coloquial brasileira: um delírio, algo desproposital. Ao adotar o formato tradicional das reportagens de turismo com um efeito paródico para falar de um destino inexistente, há uma desqualificação desse gênero de jornalismo que vende a ilusão do paraíso nos roteiros de viagem. Ao percebermos que o relato é uma criação ficcional pela forma de apresentação do texto (isso pode se dar tanto na primeira frase, quanto mais adiante, dependendo, evidentemente, da perspicácia do leitor), o texto ganha uma nova leitura. Desse efeito, entre a ilusão inicial da reportagem jornalística e seu desmascaramento pelo avançar da leitura, surge a comicidade, o leitor sai de sua passividade, passa a interagir com o texto de outra forma e amplia o sentido de leitura dos roteiros turísticos tradicionais. Até mesmo o subtítulo – *um assalto aos sentidos* – joga com esse efeito. A ilusão de um destino exótico faz supor que o leitor vai ter experiências sensoriais únicas, mas o *assalto aos sentidos* remete também ao efeito de *non-sense* da narrativa. O colorido das fotos e do título faz dessa reportagem um “corpo estranho” no conjunto da revista. Tanto na composição gráfica, quanto no estilo, há o efeito paródico em relação ao tratamento dado pela mídia ao assunto.



HISTÓRIA
Durante muito tempo, o nome Phaie Tan esteve associado a atrocidades, miséria e massacres, que, combinados com a **péssima qualidade das freeshops**, limitavam consideravelmente o número de turistas, e fez com que, na prática, o país fosse visitado apenas por funcionários de organizações humanitárias e especialistas em negociação com seqüestradores. Depois de anos de batalhas sangrentas, no entanto, Phaie Tan pode ser enfim considerada uma nação em paz. Os conflitos armados se restringem somente às províncias do norte e ao Cassino Bumpattabumpai. Por toda a ilha, cidadãos que antes militavam em células guerrilheiras clandestinas finalmente pararam de lutar entre si, e agora recebem os visitantes de braços abertos e gritos de "mãos ao alto!".

TERRA DE CONTRASTES
O perfil dos turistas em Phaie Tan varia muito — do onipresente mochileiro, atraído pelas praias tropicais desertas e pelo **serviço 24 horas de massagem nos pés**, ao viajante sofisticado e exigente, que busca o conforto nos mais exclusivos resorts litorâneos do mundo, refúgios cinco estrelas tão suntuosos que os funcionários são renovados diariamente só para garantir frescor da paisagem humana.

UM OLHAR SOBRE O PASSADO
Segundo os arqueólogos, Phaie Tan foi uma parada importante na rota do homem de Neandertal da África para a Ásia. Enquanto os membros mais desenvolvidos do clã seguiram em frente, os espécimes mais **lerdos e de cérebro menor** se estabeleceram em Phaie Tan e se reproduziram. Como viviam em árvores, só quando as florestas começaram a rarear eles foram obrigados a evoluir.



FAMÍLIA DE MORADORES DE PHA PHILUNG CELEBRA A CHEGADA DA ESTAÇÃO DAS SECAS

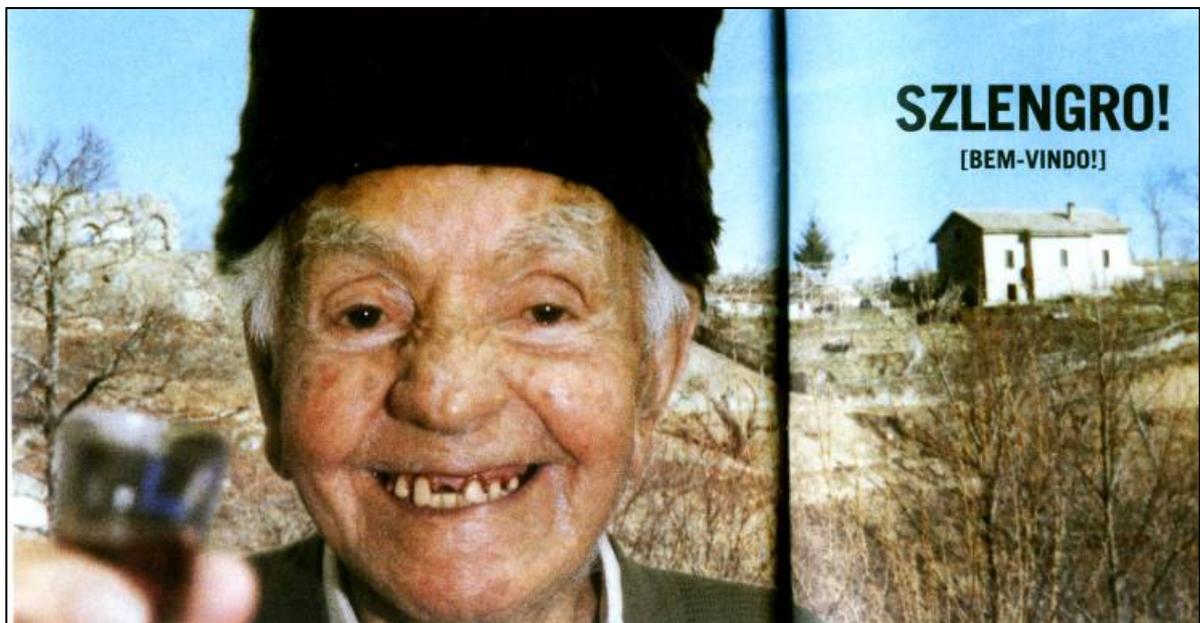
Desceram então de seus galhos e se espalharam pelas planícies. Um **grupinho dissidente tentou viver debaixo d'água** e logo se extinguiu. Datadas de 4000 a.C., evidências do cultivo do arroz foram encontradas no nordeste do país, quando arqueólogos desenterraram ferramentas agrícolas primitivas e um recipiente extremamente arcaico de molho de soja. No final do segundo milênio antes de Cristo, amostras de bronze, latão, estanho e jade foram trazidas à região por imigrantes chineses. O povo de Phaie Tan logo percebeu o potencial dos novos metais, e inaugurou o que foi provavelmente a **primeira loja de quinilharias e souvenirs da Ásia**. A civilização não se instaurou em Phaie Tan até há pelo menos 2 mil anos, quando hordas de habitantes do centro e do sul da Ásia migraram para lá, atraídos pela abundância de comida e de creches. Foi nessa época que a roda apareceu no país. Em pouco tempo, os nativos começaram a usar os números e, pouco depois, **inventaram a roleta**. Por volta do século VII, mercadores e missionários começaram a chegar da Índia. Os mercadores trouxeram do Ocidente novos valores sociais e políticos, bem como estilos artísticos e arquitetônicos. Os missionários trouxeram o bingó. Nesse período, os Tubom, uma seita de **budistas castrados** de Burma, in-

MUITOS HOMENS EM PHAIE TAN ESTUDAM PARA SER MONGES. ALGUNS ESCOLHEM A MODALIDADE DE CURSO POR CORRESPONDÊNCIA, PODENDO OPITAR ENTRE A PRÁTICA DA ABNEGAÇÃO OU DA GUITARRA

40

Revista *piáu*, nº 07, abr. 2007

O mesmo recurso de se criar um país imaginário na seção *viagem* aparece, ainda, na edição número 01, de outubro de 2006. Também escrita por Santo Cilauro, Tom Gleisner e Rob Stich, a reportagem tem como destino, agora, o continente europeu. A chamada da reportagem – *Molvânia, berço da polka: os encantos de um país que ainda desconhece a odontologia moderna* – acompanha uma foto de um senhor sem os dentes da frente.



Revista *piáu*, nº 01, out. 2006

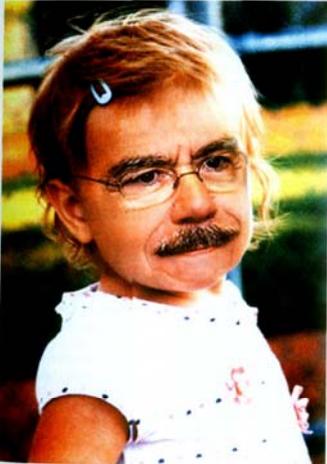
Quem visita a Molvânia pela primeira vez costuma se surpreender com o comportamento dos nativos em relação uns aos outros (...). Discussões em voz alta e gestos insultuosos são comuns e – ao menos entre os estrangeiros – fica-se com a impressão de que todos se detestam (*PIAUI*, nº 01, out. 2006, p. 56).

Na edição comemorativa do primeiro ano de *piauí*, em outubro de 2007, a *Molvânia* reaparece num encarte de guia de viagem (*travel guide*), com mais detalhes sobre o exótico destino. “O guia prova que as inebriantes paisagens da Molvânia são como as do meu querido Maranhão, só que com alho e nabo” (*PIAUI*, nº 13, out. 2007)²⁰.

Na contracapa desse mesmo guia, os autores publicam frases atribuídas a personagens criados a partir de personalidades da vida nacional. O recurso utilizado é a mudança de um nome ou letra para identificar essas pessoas. Assim, o ex-presidente José Sarney se transforma em João Sarney. A fotomontagem mostra a imagem do ex-presidente.

PECUÁRIA

Renan Calheiros não é o pai da criança



“Mamã disse que Lenan, inem com Viagla.. Depois leu pra mim uma histolinha cheia de malimbomdos em fogo”

Angelinha Jolie demonstrou interesse em adotar o ex-bebê de Calheiros

Numa derradeira cartada para recuperar os direitos políticos de Renan Calheiros, cassado na décima sexta votação secreta pelo plenário do Senado, o grupo de aliados do político alagoano encaminhou ao Conselho de Ética um exame de DNA que o exime de paternidade no caso com a jornalista Mônica Veloso. A contraprova sustenta que o ex-senador sequer manteve relações sexuais com a hipotética mãe de sua filha, embora alimentasse certa vaidade com a crença que se criou em torno disso – daí a pensão milionária que pagava pela fama de sedutor incorrigível. Renan está resignado com a reputação de que não come ninguém: “Eu sabia que no final a verdade prevaleceria”. Com a reviravolta no caso, a revista *Playboy* quer fazer nova capa com a jornalista, desde que ela revele quem é o pai da criança. Oito senadores já se ofereceram para assumir o papel. Seis se abstiveram (todos do PT).

Vaticano processa Universal pela “Heresia dos Jorges”

O papa Bento XVI anunciou ontem que abrirá processo contra o bispo Macedo, da Igreja Universal do Reino de Deus, por injúria, calúnia e difamação. A ação judicial foi motivada por uma declaração do bispo, no programa de Hebe Camargo, dias atrás. O religioso disse, para deleite de Hebe, que “crer na Santíssima Trindade é o mesmo que acreditar que Jorge Benjor, Jorge Maifner e Seu Jorge são uma única pessoa”. O pontífice revelou ter tido uma visão de São Jorge, que o instou a abrir o processo. “Nan-gô também me sugeriu que contrate o decorador Jorge Elias para dar uma repaginada na Basílica de São Pedro”, afirmou Bento XVI.

Luiz Paulo Conde é quase eleito “Homem do Ano”

Ninguém no governo Lula sabe explicar o que deu errado com o desastre que se esperava da gestão de Luiz Paulo Conde em 2008, prêmio da Câmara de Comércio de Nova York. Em Nova York, seu nome é tido como barbada na escolha do Homem do Ano 2008, prêmio da Câmara de Comércio de Nova York.

Mangabeira volta a Harvard falando inglês com sotaque

Mangabeira Unger renunciou. Depois de se debruçar por mais de um ano sobre todas as possibilidades da sua pasta – a Secretaria de Planejamento e Desenvolvimento Econômico – chegou à conclusão de que ficar velho em Brasília é a pior coisa que pode acontecer ao ser humano, especialmente aos que não falam inglês.

Revista *piauí*, nº 13, out. 2007

²⁰ O guia não tem número de página, a citação está na contracapa.

João Dória Junior, o empresário que criou o movimento “Cansei” de protesto contra a corrupção na política se transforma em José Dória Junior: “Cansei! Vou pegar meu guia e morar em Lutenblag” (*PIAUÍ*, nº 13, out. 2007)²¹.

Esse efeito cria uma ambigüidade: o personagem mostrado é, e ao mesmo tempo não é, a personalidade pública. Da mesma forma como os países imaginários se situam em continentes reais (Europa e Ásia), a ficção se ancora no real, mas não é jornalismo. É o espaço do *non-sense*, capaz de deslocar, a um só tempo, nossa visão sobre os discursos que reivindicam a condição de representar o real – o campo do jornalismo – e o próprio modelo social em que estamos inseridos. Em seu trabalho sobre os sentidos do silêncio, Orlandi observa que Pêcheux considerava o *non-sense* fundamental para a ruptura: “o novo, o outro sentido” (ORLANDI, 2007, p. 171).

Algumas características desses destinos turísticos ilusórios remetem a traços culturais brasileiros. Na reportagem sobre *Phaic Tan* (*PIAUÍ*, nº 7, abr. 2007), colocada anteriormente, o texto traz referências ao turismo sexual, uma das óticas pelas quais os habitantes e a imprensa dos países mais ricos enxergam o Brasil. O personagem sem dentes da *Molvânia* também pode ser pensado à luz dos “desdentados”: a população pobre brasileira. O cuidado com os dentes sempre foi sinal de inscrição em uma classe social privilegiada no Brasil, é comum essa mesma elite se referir aos mais pobres de forma pejorativa como desdentados. A importância do tema gerou até uma ação do Governo Lula, conforme reportagem abaixo:

Distribuição de dentaduras: Demonstrando preocupação com a dignidade dos desdentados brasileiros, o presidente Luiz Inácio Lula da Silva anunciou no início de abril, durante o programa “Café com o presidente”, que distribuirá dentaduras para os brasileiros desdentados. “Graças a Deus eu posso dizer aos brasileiros que, finalmente, a boca do povo será tratada como questão de saúde pública e o povo brasileiro vai poder falar e sorrir sem vergonha de mostrar a ausência de dentes na boca. Acho isso extraordinário, porque nos centros de urgência também vai ter serviço de prótese, ou seja, quando uma pessoa não tiver dente, faremos uma prótese da melhor qualidade, com material de primeira”, prometeu o presidente durante o programa²².

Ao atribuir a países imaginários traços culturais brasileiros, *piauí* demonstra, através do humor, os valores pelos quais, muitas vezes, somos vistos pelos turistas

²¹ Texto da contracapa do encarte *travel guide*, da edição número 13 de *piauí*. O encarte não possui número de página.

²² Trecho da reportagem intitulada *Esperança ao sorrir*, disponível em: <http://www.cfo.org.br/jornal/n59/brasil_sorridente.htm>. Acesso em: 20 out. 2008.

estrangeiros. As referências a problemas sociais reais do Brasil, diluídos nos roteiros turísticos ilusórios é mais uma afirmação dessa estratégia de estreitamento entre os limites da ficção e da realidade presente em *piauí*. A utilização da sintaxe da narrativa jornalística para criar ficção e humor, desloca os sentidos tradicionais no campo do jornalismo²³.

Esse artifício provoca, de início, uma confusão de gêneros, tira o leitor da posição de segurança. Para Bakhtin (2003), o gênero resulta de três elementos: o conteúdo temático, o estilo da linguagem e a construção composicional. Vamos nos deter, num primeiro momento, ao terceiro elemento, definido como o aspecto mais geral da publicação.

Trata-se da forma imagética do gênero, que demanda um regime de recepção totalizante, de modo que o texto seja acessado, no primeiro instante, não pela interpretação dos signos lingüísticos ou não lingüísticos, mas pela interpretação de sua construção composicional (FERREIRA, 2006, p. 103-104).

No caso dos falsos roteiros turísticos publicados em *piauí*, sua construção composicional está muito próxima daquela composição dos textos tradicionais jornalísticos sobre turismo, e por isso salta aos olhos como uma singularidade no corpo da revista. Há a presença mais efetiva de fotos coloridas em meio aos textos verbais, com maior número de ilustrações, se comparado à identidade gráfica de *piauí*. É o estilo verbal do texto e seu conteúdo temático que revelam pouco a pouco o absurdo da situação.

Os gêneros do discurso, no geral, se prestam de modo bastante fácil a uma reacentuação, o triste pode ser transformado em jocoso-alegre, mas daí resulta alguma coisa nova (por exemplo, o gênero de um epitáfio jocoso) (BAKHTIN, 2003, p. 293).

A classificação dos gêneros em Bakhtin (2003) está intimamente relacionada a uma filosofia da linguagem por ele formulada. Bakhtin vai propor o rompimento com a análise lingüística tradicional que se debruçava sob os elementos fonéticos, morfológicos e sintáticos para buscar um estudo do diálogo social, condicionado pela linguagem e modelado pela ideologia. O pensador russo vai criticar tanto o subjetivismo idealista (que pressupõe a língua como materialização de atos individuais de fala), quanto o objetivismo abstrato estruturalista (que pressupõe um sistema lingüístico estável, imutável, desconsiderando o caráter ideológico inerente ao uso da linguagem).

²³Essa estratégia de utilizar a sintaxe jornalística com efeito de humor aparece também no jornal *Planeta Diário* e na revista *Casseta e Planeta*, ambos editados na década de 80. A relação entre *piauí* e essas publicações será trabalhada posteriormente neste trabalho.

A relação do significado lingüístico com o real, para Bakhtin (2003), se dá no enunciado, tomado numa acepção diferente daquelas concebidas por Foucault e por Pêcheux. Para o filósofo russo, o enunciado resulta das formas orais ou escritas utilizadas pelo homem. Bakhtin (2003) diferencia o enunciado da oração e dos métodos de análise estilística de teor classificatório, que não tinham por princípio considerar o contexto, o elo que liga um enunciado a outro. Pelo enunciado, há um duplo movimento: a vida entra na língua e a língua entra na vida. Esse aspecto mais filosófico da obra de Bakhtin será retomado adiante para uma reflexão sobre a prática de leitura engendrada por *piuí*; por enquanto, cabe identificar a relação entre a classificação dos gêneros e o enunciado, conforme proposta pelo pensador russo. Toda análise de perfil bakhtiniano, considera as relações ideológicas que orientam a opção por um ou outro gênero.

O gênero tem uma relação estreita com o estilo, no pensamento do filósofo russo. “Onde há estilo, há gênero”, nos lembra Bakhtin (2003, p. 268). O filósofo vai dizer que o estilo é fundamentalmente individual, na medida em que reflete uma marca pessoal do falante ou de quem escreve. Mesmo os gêneros do discurso que pedem uma forma padronizada, como os documentos e relatórios, trazem a individualidade de quem enuncia. É através do enunciado que o indivíduo inscreve sua particularidade no sistema de uma língua.

A natureza do enunciado se define por meio de duas modalidades de gênero descritas por Bakhtin. A primeira é o que ele chama de gênero primário, a comunicação simples nas relações discursivas imediatas, o diálogo do cotidiano. O gênero primário seria integrado pelos secundários: “romances, dramas, pesquisas científicas de toda espécie, os grandes gêneros publicísticos, etc” (BAKHTIN, 2003, p. 263). Assim, o texto jornalístico padrão seria um gênero secundário que recolheria subsídios no primário.

O efeito paródico dos falsos roteiros turísticos em *piuí* desnuda certa pasteurização do estilo no jornalismo moderno. Há uma narrativa padrão presente, por exemplo, nas reportagens de turismo que uniformiza os lugares retratados, sempre a partir do ponto de vista do visitante. Dessa forma, as “reportagens” sobre os exóticos destinos nas páginas de *piuí*, ao mesmo tempo em que provocam o estranhamento por diferirem da unidade que perpassa a diversidade da revista, a princípio, engana-nos. Acreditamos estar diante de um destino desconhecido porque acreditamos estar diante de uma reportagem jornalística. O absurdo e o humor irrompem aos poucos – como uma piada que exige um tempo de decodificação – e revela, finalmente, um absurdo maior: a forma como o turista padrão toma o outro, o exótico habitante do lugar para onde viaja. A ironia se acentua ainda mais com as referências a aspectos sociais da vida brasileira: a falta de dentes, o turismo

sexual. As elites viajam para exóticos destinos cegas aos problemas sociais dos lugares onde vivem. Num outro movimento, os que nos visitam também vêm em busca do turismo sexual numa terra de desdentados.

Os sentidos dos falsos roteiros turísticos apontam para algo além do *non-sense*. Nos tempos globalizados, em que se diminuem as distâncias e, além disso, todo o mundo, de certa forma, nos é familiar pelas imagens que vemos nos telejornais ou na internet, somos tomados pela dúvida inicial: a nossa completa ignorância sobre *Phaic Tan*. As fotos coloridas mostram mulheres orientais em poses sensuais e realçam o aspecto de exotismo do destino. O relato da “viagem” a *Phaic Tan* sucede uma reportagem sobre a cara noite paulistana. O leitor imagina, a princípio, que está diante de um desses ricos destinos de acesso limitado aos que podem pagar pela diversão, como as que estão no relato real das boates de São Paulo.

A construção do sentido de cada artigo particular depende, mesmo inconscientemente, da sua relação com os outros textos que o antecedem ou o seguem e que foram reunidos dentro de um mesmo objeto impresso com uma intenção editorial imediatamente perceptível (CHARTIER, 2002 apud FERREIRA, 2006, p. 105).

A reportagem de *piauí* sobre um destino ilusório evidencia a um só tempo o comportamento da elite “nômade” e as formas de jornalismo que alimentam esse imaginário. Benedetto Vechhi, comentando o pensamento do sociólogo Zygmunt Bauman, observa que ele tem, constantemente, chamado a atenção “para o cosmopolitismo dourado e a sedutora mobilidade das elites globais, e também para o modo como ambos contrastam com a miséria dos que não podem escapar à dimensão local” (BAUMAN, 2004, p. 13). Nessa relação, o outro perde sua dimensão pessoal para se tornar objeto. “O modo consumista requer que a satisfação precise ser, deva ser, seja de qualquer forma instantânea, enquanto valor exclusivo, a única utilidade dos objetos é sua capacidade de proporcionar satisfação” (BAUMAN, 2004, p. 70).

A maneira como o texto do falso roteiro turístico joga com as formas tradicionais de composição das reportagens é revelador da crise do sentido na vida contemporânea. No material de divulgação da revista, há uma referência aos tempos de “bagunça e perplexidade”. Um mundo em que aviões com terroristas se chocam contra edifícios símbolos do capitalismo e que os endinheirados buscam novos e exóticos destinos é também um mundo que revela um descompasso, um mal-estar – para usar uma expressão de Birman – entre os discursos circulantes e a realidade social. É esse vácuo que *piauí* tenta ocupar. “A fragilidade e a condição eternamente provisória da identidade não podem mais ser

ocultadas. O segredo foi revelado. Mas esse é um fato novo, muito recente” (BAUMAN, 2004, p. 22).

piauí busca reinventar formas e conteúdos que reflitam os tempos atuais: sem editoriais, colunas ou outros artifícios que provoquem uma identificação da nova revista com a mídia tradicional. A opção pela abertura de gêneros parece ser a saída encontrada para refletir um mundo que não comporta mais classificações cartesianas. É necessário recorrer uma vez mais à *Carta de intenções* da nova publicação:

[*piauí*] não terá restrições temáticas, políticas ou ideológicas. Preferirá a serenidade ao histrionismo, a suavidade da música de câmara ao estrondo das marchas militares. Cobrirá qualquer assunto que uma reportagem possa tornar interessante. Vale tudo: esporte, medicina, odontologia, política, cultura, a picante vida sexual do porco-espinho, religião, numismática, urbanismo, filosofia, as agruras do Palmeiras, do marxismo e do botafogo, turismo, telemarketing, zoologia. (...) *piauí* buscará com afinco novos assuntos: o Brasil não é feito apenas de corrupção e violência (*CARTA DE INTENÇÕES*)²⁴.

A resistência em *piauí* não se dá apenas na escolha dos temas, ela se manifesta também no estilo da linguagem, nas regras de diagramação dos textos. Para avaliar esses modos de resistência, podemos recorrer a Pêcheux, para quem:

As resistências: não entender ou entender errado; não “escutar” as ordens; não repetir as litâneas ou repeti-las de modo errôneo, falar quando se exige silêncio, falar sua língua como uma língua estrangeira que se domina mal; mudar, desviar, alterar o sentido das palavras e das frases; tomar os enunciados ao pé da letra; deslocar as regras na sintaxe e desestruturar o léxico jogando com as palavras (PÊCHEUX, 1990, p. 17).

piauí pede um leitor mais atento, as surpresas podem estar em todas as páginas, sendo recorrente a indicação de outro sentido para além do aparente. A forma bem humorada como a coluna mensal *horóscopo* é escrita provoca o mesmo efeito – que se faz presente no falso roteiro turístico – de desqualificação das previsões tradicionais para os signos:

Aqueles que lerem estas linhas e nelas tiverem fé sofrerão o impacto terrível de uma regressão psicológica (...). Haverá pessoas de terceira idade que regredirão não só à primeira como à fase oral do ser humano (*PIAÚÍ*, nº 07, abr. 2007, p. 63).

²⁴ Material em anexo.

Apesar desses deslocamentos do gênero – a criar um novo gênero –, existem certas regularidades que se revelam ao leitor mais familiarizado com a publicação. Para Bakhtin, “o gênero é a relativa estabilidade dos enunciados num determinado campo de utilização da língua” (BAKHTIN, 2003, p. 262).

Quando se analisa o conjunto das edições de *piauí*, é possível perceber certas estabilidades. Em todas as edições, estão lá os poemas a atravessar os textos das grandes reportagens. Além disso, temos os quadrinhos com aspectos menos difundidos da biografia de personalidades como o filósofo francês Jean Paul Sartre ou o psiquiatra Carl Gustav Jung. São essas estabilidades que permitem construir a relação de confiança, de pertencimento, fundamentais na função da mídia de agenciar seus leitores.

É essa “relativa estabilidade” que nos permite dizer que *piauí* é uma revista jornalística em essência, mas que difere dos padrões tradicionais. Esse caminho faz com que a nova publicação reinvente os gêneros em seu espaço, cujas características podem ser percebidas se olharmos um pouco mais atentamente para as estabilidades em seu interior.

Já no referido material de divulgação, anterior à chegada do primeiro número de *piauí* às bancas, essas estabilidades estão presentes nas chamadas das seções que vão compor a nova publicação. Na apresentação da revista constam 18 seções, mas ali já aparece a marca do humor característico da revista.

editorial: Regozijai! *piauí* não terá editorial. Aleluia. *viagem*: Lugares remotos captados com verve, lugares batidíssimos redescobertos com vivacidade. *colunas*: O senhor seja louvado! *piauí* não terá colunas nem ruínas de templo grego. Aleluia! (CARTA DE INTENÇÕES)²⁵.

Na forma bem humorada como a revista apresenta suas seções, aparece uma primeira marca da nova publicação. *piauí* se esforça para não se assemelhar à mídia tradicional e utiliza artifícios para demarcar essa prática. Vejamos alguns exemplos que ilustram essa idéia.

A capa da edição número 06, de março de 2007, onde convencionalmente se dá destaque às principais notícias, os editores de *piauí* dizem o que a revista não vai mostrar: “nenhuma só linha sobre o novo ministério de Lula” (PIAUI, nº 06, mar. 2007). Com uma inversão dos procedimentos tradicionais do jornalismo, está dito que o leitor não encontrará nada sobre um assunto que deve chateá-lo (tratado à exaustão na mídia tradicional): as

²⁵ Material em anexo.

intrigas, fofocas, disputas de poder que rondam uma reforma ministerial. Não é esse o campo de *piauí*.

Orlandi (2007) observa que o silêncio não diz, mas significa. Nesse caso, temos um silêncio que se anuncia. Não basta calar, é preciso demarcar essa ausência. Trata-se de uma política do silêncio, na definição da autora, aquela que “dispõe as cisões entre o dizer e o não dizer” (ORLANDI, 2007, p. 102). “O silêncio é assim a ‘respiração’ (o fôlego) da significação; um lugar de recuo necessário para que se possa significar, para que o sentido faça sentido” (ORLANDI, 2007, p. 13).

O sentido desse silêncio se amplia na edição do mês seguinte: *piauí* trouxe um relato sobre o espaço ocupado pelos novos ministros na *Wikipédia* – a enciclopédia livre da internet. Em reportagem intitulada *Um ministério de desimportância enciclopédica*, Marcos Sá Corrêa afirma: “No mês em que o presidente Lula anunciava com rios de tinta, na imprensa especializada, sua mais recente reforma ministerial, a *Wikipédia* (...) foi a melhor fonte sobre o que não acontece no Ministério do Presidente Lula” (*PIAUÍ*, nº 07, abr. 2007, p. 06). Faz-se presente, de novo, a crítica à imprensa especializada que dedicou “rios de tinta” ao anúncio do novo ministério.

Outros enunciados reforçam essa crítica. Em matéria intitulada *Um trabalho de pontos, vírgulas e interrogações*, de Maria Lopes, temos o relato do diário de uma paulistana especialista em fazer trabalhos científicos sob encomenda: “E atenção, procure não comprar as três revistas semanais tops, porque não irão ajudar grande coisa. A não ser que você queira falar de marketing e moda” (*PIAUÍ*, nº 07, abr. 2007, p. 14).

Já na edição de março de 2007, foi publicada uma reportagem intitulada *Na moita*, de Silva Pilz, sobre a companheira da cantora Cássia Eller, morta há quatro anos. Aqui, há a recuperação da polêmica relativa à guarda do filho da cantora: “Passada a turbulência jurídica, numa terra em que a vida íntima é aquilo que se estampa semanalmente nas revistas de fofocas e celebridades, Eugênia conseguiu o mais difícil: sumir do noticiário” (*PIAUÍ*, nº 06, mar. 2007, p. 30).

Além dessas passagens, temos, ainda, o humor como forma mais explícita ainda de crítica à linguagem das outras revistas. Em reportagem intitulada *Auto retrato do pseudofamoso*, Flávio Sampaio mostra o trabalho do artista plástico Darcy Dias, que cria capas paródicas das principais publicações nacionais. A revista *Veja* se transforma em *Vejo*, *Bravo* em *Brabo*. O texto de apresentação do trabalho de Darcy enuncia: “Vivemos numa sociedade rasa, onde a forma é superficial” (*PIAUÍ*, nº 07, abr. 2007, p. 53).



Revista *piauí*, nº 07, abr. 2007

A negação dos modelos discursivos predominantes na imprensa é parte constitutiva do processo de criação da identidade da nova revista, mas ele pode ser melhor percebido se analisarmos algumas regularidades presentes nas outras seções. Entre elas, há uma que procura estreitar os limites do que Bakhtin considera como os gêneros primários e os gêneros secundários do discurso (BAKHTIN, 2003). Trata-se da seção *diário*, assim apresentada no material de lançamento da revista: “Uma pessoa qualquer (menos um sommelier) publica as anotações do que fez no mês anterior: médico, estudante, roqueiro, cartomante, salva-vidas, piloto, você, ascensorista, atriz, professor, etc, etc, etc” (CARTA DE INTENÇÕES)²⁶.

O recurso de dar voz a sujeitos que contam, na revista, uma semana de suas vidas, compreende desde o relato de um médico recém formado que trabalha na rede pública do Rio de Janeiro, até o de um ascensorista de elevador de um prédio no centro da cidade, ou ainda o de uma dupla de amigos da baixada fluminense que foi de bicicleta para a Bahia. São relatos que procuram se aproximar da linguagem e dos sentidos das ruas. Trazem a ideologia

²⁶ Material em anexo.

cotidiana para as páginas. Nesses casos, os relatos são escritos pelos próprios protagonistas dessas vivências, sem a intermediação do sujeito/repórter, embora submetidos ao sujeito/editor. É um recurso que reduz os filtros sobre os enunciados e amplia a diversidade temática e de linguagem da revista.

Na edição número 09, de junho de 2007, a seção *diário* traz reportagem intitulada *A rotina dos pontos em calcinhas*, de Angela Tavares da Silva. Há, aqui, o relato de uma operária de uma fábrica de calcinhas.

Quinta-feira, 10 de Maio. Acordei cansada: ontem teve jogo do Flamengo e meu marido Wagner ficou torcendo até tarde na frente da tv. De manhã, com o frio, a água do chuveiro não esquentou. Saí do banho gelado e fui preparar a mamadeira do Leonardo, o meu Príncipe de Ébano, como chamo o meu filho (*PIAUÍ*, nº 09, jun. 2007, p. 16).

A edição número 05, de fevereiro do mesmo ano, traz a reportagem *53 anos de sobe-e-desce*, de Nilton da Silva. Temos o relato de um ascensorista que há 53 anos trabalha em um prédio no centro do Rio de Janeiro.

Quinta-feira. Cheguei às 5h50 da manhã, e fui lembrando de quando fui efetivado como cabineiro do Odeon, em janeiro de 1955. Aqui estou, até hoje. (...). A profissão tem dificuldades. Num elevador manual como este, a alavanca de comando forma um ângulo de 180 graus. Quando você a desloca para o meio, o elevador fica parado. Quanto mais você a apontar para as extremidades, mais ele acelera, para cima ou para baixo. (...). Sou igual a esse elevador aqui: velho, mas melhor que muito novo aí (*PIAUÍ*, nº 05, fev. 2007, p. 17).

A seção *diário* – apresentada de forma regular em todas as edições da revista – é uma inovação de gênero. As reportagens jornalísticas impressas utilizam, costumeiramente, o recurso de dar voz aos entrevistados, colocando as frases entre aspas. Nos relatos dessa seção em *piauí*, todo o texto é construído pelo protagonista. Esse procedimento estabelece uma nova relação sobre o que é ou não notícia, o cotidiano de trabalhadores com pouca qualificação cria interesse como uma espécie de *Caras às avessas*, a vida das não celebridades, os homens comuns que passam meio século de suas vidas pilotando elevadores em prédios nas nossas metrópoles.

A estratégia discursiva de eliminar o filtro do repórter presente na seção *diário* remete a procedimentos presentes numa das influências de *piauí*: a revista *New Yorker*, fundada em 1925 e até hoje uma das referências em *Jornalismo Literário*. Um dos mais conceituados repórteres de *New Yorker*, Joseph Mitchell, também procurava subverter o

conceito de notícia ao escrever sobre o que denominava de *pequenos temas*²⁷. Nos seus relatos, predominava a vida de trabalhadores simples: “índios, ciganos, bilheteiras de cinema (...) trabalhadores no cais” (JULIÃO; SANTOS, 2006, p. 24). A diferença inaugurada por *piauí* é permitir ao próprio personagem construir sua narrativa sobre o seu dia-a-dia.

Há, nesses procedimentos, uma reinvenção da notícia que aponta para uma desconstrução da idéia da objetividade jornalística. Patrick Charaudeau (2006), ao discutir a busca da autenticidade na reportagem, observa dois princípios básicos. O princípio da objetivação pressupõe a adoção de um ponto de vista distanciado em relação ao fenômeno social objeto da notícia. Já o princípio da inteligibilidade, tem como norte o questionamento sobre o fenômeno tratado. Ao escrever a reportagem, o jornalista lança mão de diversos artifícios de linguagem para, de um lado, “satisfazer às condições de credibilidade da finalidade de informação” (CHARAUDEAU, 2006, p. 221), e de outro, atender às exigências de sedução, “dramatizações destinadas a tocar a afetividade do espectador” (CHARAUDEAU, 2006, p. 222). Essa segunda exigência é uma das bases do *Jornalismo Literário*, mais preocupado com a sedução do que em parecer fiel aos fatos. No seu livro de memórias, Tom Wolfe afirma: “Nunca hesitei em experimentar qualquer recurso concebível capaz de reter de algum modo o leitor por mais alguns segundos” (WOLFE, 2005, p. 30).

Assim, a matriz do *Jornalismo Literário* não se esforça por perseguir a objetividade, ao contrário, seu pressuposto principal é a inscrição da subjetividade do jornalista na narrativa. Uma visão mais realista na medida em que a objetividade é uma meta impossível, como esclarece Edvaldo Pereira:

Não pode haver neutralidade, imparcialidade, verdade absoluta, quando os mecanismos do real são condicionados por uma série de fatores pessoais – do repórter, sua formação, sua cosmovisão – e conjunturais – da empresa jornalística, seu escopo ideológico, seus comprometimentos nos planos econômico, político e social – que limitam a compreensão do mundo (PEREIRA, 1993, p. 100).

A ampliação dos limites da reportagem a partir do *Novo Jornalismo* provoca uma aproximação com a literatura como antítese ao mito da objetividade. Por mais que o repórter se esforce para apurar e checar todas as informações, as lacunas dos relatos são preenchidas pela imaginação, como na literatura. É essa imaginação que faz com que a narrativa não se assemelhe a um burocrático relatório dos fatos apurados. Os protagonistas do

²⁷ A esse respeito, consultar: JULIÃO, André Gomes; SANTOS, Renan Magalhães Guedes dos. **Caminho iluminado**: trilhando a rota do jornalismo gonzo. Campinas: PUC-Campinas, 2006.

Novo Jornalismo atribuem à literatura realista, sobretudo Honoré de Balzac (1799-1850) e Charles Dickens (1812-1870), a inspiração para uma narrativa que sempre busca pontuar os símbolos de *status* de vida dos personagens retratados.

A reinvenção da notícia em *piauí* através da valorização de fatos cotidianos, os *pequenos temas* de Joseph Mitchell na *New Yorker*, é causa de estranhamento no jogo discursivo atual, a ponto desses relatos serem confundidos com ficção. São duas faces de uma mesma moeda. De um lado, a ficção que se assemelha ao jornalismo, de outro, o jornalismo que se assemelha à ficção. A confusão deliberada de gêneros nas páginas de *piauí* instala, conscientemente, a ambigüidade, e coloca o leitor, por vezes, em dúvida sobre o conteúdo da revista : o que lê se inscreve no terreno da ficção ou da realidade?²⁸. Esse efeito da ambigüidade em relação aos gêneros no interior da revista desconstrói, portanto, a pretensão da objetividade jornalística, o discurso que se quer representação do real. Ao romper com esse modelo, *piauí* se inscreve na dimensão da construção de um lugar imaginário, conforme a definição de Castoriades: “criação incessante indeterminada (social, histórica e psíquica) de figuras-formas-imagens a partir das quais somente é possível falar-se de alguma coisa” (1982, p. 13).

É comum observar na mídia contemporânea a produção de discursos a partir dos mesmos fatos, como no exemplo apontado por *piauí* da reforma ministerial (*PIAUI*, nº 06, mar. 2007). A repetição da pauta em veículos diferentes faz parte da estratégia de satisfazer às condições de credibilidade, conforme classificação de Charaudeau (2006). Essa prática atesta que a notícia é uma representação do real e, conseqüentemente, não é ficcional. Como *piauí* propõe ser um espaço de resistência a esse jogo, na medida em que publica a notícia que ninguém publica – a ponto de ela se parecer com ficção – e não divulga aquilo que está na mídia, busca ser um lugar único, uma comunidade imaginada no mundo das idéias.

Esse projeto de construção de uma identidade se faz, então, num primeiro momento, pela negação dos modelos de jornalismo predominantes hoje no Brasil – e sua pretensão de representar o real –, mas nem sempre os resultados são alcançados. Existem deslizes, como no exemplo abaixo, também recolhido na seção *diário*, que mostra uma contradição na tentativa de deslocamento da formação discursiva de cultivo das celebridades. Em reportagem intitulada *Malas bem feitas são fundamentais*, Nando Reis narra uma semana

²⁸ A respeito dessa discussão, vale mencionar que surgiu uma dúvida no processo de qualificação desse trabalho em relação à existência real ou ficcional dos personagens da seção *diário*. Essa dúvida foi levada à redação de *piauí* e recebemos como resposta a ratificação da existência real desses personagens, além do reconhecimento de que outros leitores também tiveram essa dúvida. A fim de esclarecer melhor a questão, os e-mails trocados com a redação encontram-se em anexo.

de sua vida. Um relato de fatos corriqueiros, anti-*glamour*, como a demonstrar que a vida dos artistas não se resume à *Ilha de Caras*.

Quarta-feira é o dia que meus filhos menores vêm dormir comigo. Jantei com eles e assistimos um filme. Cortei a unha de Sebastião. É uma estranha tradição de minha família. (...). À meia-noite estou na cama, pronto para dormir pelas próximas onze horas, para recuperar todo sono perdido ao longo da semana (*PIAUÍ*, nº 10, jul. 2007, p. 16).

Trata-se de um relato cotidiano como o da operária da fábrica de calcinhas: ambos trazem a intimidade da família, o amor dos filhos. O sentido dessa proximidade aponta para a desconstrução da vida *glamourosa* das celebridades, na medida em que a humaniza. Mesmo assim, a escolha de um artista famoso como protagonista da seção *diário* é uma contradição no deslocamento que a revista se esforça por empreender em relação à mídia tradicional. A rotina e a intimidade de um astro da música pop são, na verdade, o principal conteúdo da imprensa que vive de cultivar as celebridades. Ao escolher esse tema para a seção *diário*, *piauí* dá voz ao que tenta combater.

Apesar desse deslize, é predominante em *piauí* a negação aos padrões da grande mídia, através da valorização de personagens do cotidiano e da busca de sentidos pelo caminho da ficção: a proposta de olhar a diversidade do Brasil e do mundo, de aumentar o vocabulário, de não se prender aos gêneros tradicionais do universo jornalístico.

Para finalizar a análise dessas regularidades presentes nas seções de *piauí*, é importante observar, na última página da revista, a seção *despedida*, assim apresentada no material de divulgação: “Adeus aos que foram no mês” (*CARTA DE INTENÇÕES*)²⁹.

A edição número 10, de julho de 2007, traz uma reportagem de Roberto Kaz intitulada *Tiro mágico: Sem perícia, sem laudo, sem investigação, mas com muita suposição, morre mais uma vítima de bala perdida*.

Eram quase 10 da manhã de domingo, 17 de junho, quando o engenheiro civil Aílton Lopes de Moreira, de 53 anos, saiu de seu prédio no subúrbio de Brás de Pina, no Rio (...). Como o tanque do Siena prateado estava quase vazio, Moreira dirigiu menos de 100 metros, até o Posto Forza, onde sempre abastecia (...). Lucimeire aproveitou para sacar dinheiro no caixa eletrônico. Assim que ela deu as costas, ouviu de seu marido um único grito, agudo (...). Olhou a tempo de ver o corpo de Moreira tombar, com as mãos grudadas no peito. Pensou que ele sofrera um infarto fulminante. Tentou reanimá-lo com uma massagem cardíaca (...). O corpo de Moreira ficou sete horas no posto de gasolina, aguardando ser recolhido pela Defesa Civil e levado ao Instituto

²⁹ Material em anexo.

Médico Legal (...). Uma semana depois do crime, a bala ainda não havia sido encaminhada à sede do Instituto de Criminalística Carlos Éboli, responsável pela perícia em armas de fogo (*PIAUÍ*, nº 10, jul. 2007, p. 74).

A reportagem mostra o cotidiano do sujeito que foi fazer um ato banal – abastecer o carro – e encontrou a morte. Para além das estatísticas sobre as balas perdidas, a reportagem busca humanizar a vítima através da descrição do seu dia-a-dia:

Em casa, Moreira, que tinha duas filhas, encarregava-se da cozinha. Saia pouco e raramente bebia. Nas noites de terça e quinta, freqüentava um centro espírita. No tempo livre, ouvia música romântica e lia livros de Alan Kardec (*PIAUÍ*, nº 10, jul. 2007, p. 74).

É pelo acesso a esse conteúdo que o leitor deixa as páginas de *piauí* para retornar ao mundo real. Nas revistas semanais de informação, há uma crescente leveza de assuntos nas últimas páginas; nos jornais impressos diários, o último caderno trata de lazer e cultura; até mesmo os telejornais encerram suas edições com reportagens leves. Nas páginas de *piauí*, o leitor encontra humor, poesia, situações absurdas. Mas a “despedida” demarca que vivemos num mundo de crescente violência.

Revista de periodicidade mensal, construída com textos muitas vezes densos, *piauí* projeta um leitor que a lê em etapas, no prazo mesmo de um mês. Nesse jogo que se estabelece entre a revista e o leitor, os sentidos vão sendo construídos no silêncio, na pausa entre uma e outra leitura. *piauí* busca o oposto da prática de leitura das revistas semanais, feitas para serem vistas, mais do que lidas.

Se a TV encurta distâncias, promove a proximidade do olhar e oferece imagens em movimento, a revista impressa, por seu turno, em função dessa influência, utiliza o close e a reprodução sequencial de imagens fotográficas, com o intuito de produzir um efeito de movimento (FERREIRA, 2006, p. 313).

Essa prática de leitura encontra sua validação num projeto gráfico que remete aos primórdios da imprensa, embora trazendo referências a *web*. *piauí* é um descanso de tela³⁰, um objeto outro, a sugerir reflexão, deslocamento. Os conteúdos presentes em *piauí*, por serem absorvidos com mais calma, diferentemente das práticas de leitura acionadas por

³⁰ No site da revista, www.revistapiaui.com.br, há a oferta das imagens de capa como descanso de telas para micro-computadores. No texto, referimo-nos ao descanso como opção à navegação pela internet possibilitado pelo objeto revista.

outras mídias contemporâneas, podem ecoar no leitor durante suas atividades diárias. Há, como aponta Orlandi (2007), um silêncio para significação:

Jogo entre conjunto aberto (conjuntos com bordas mas não contendo suas bordas: enunciados cuja fronteira só é dizível se se incluir, sob certo modo, seu outro) e conjuntos fechados (enunciados com bordas mas contendo suas bordas), esse lugar outro, a meu ver, é o trabalho do silêncio. É aí, no lugar do impossível, e no da suspensão da contradição, que se dá a possibilidade de o dizer vir a ser outro (ORLANDI, 2007, p. 167).

Dialogando a todo instante com as práticas de leitura tradicionais na mídia brasileira, tentando se opor e se diferenciar delas, embaralhando os gêneros das narrativas ficcionais e jornalísticas, *piauí* demanda um silêncio, um tempo de re-significação, de construção de novos sentidos.

Essa relação diferenciada do imediatismo dos tempos modernos, proposta por *piauí* na sua relação com os leitores, ganha novos significados quando analisada sob o ponto de vista da alteridade bakhtiniana. Na introdução do livro de entrevistas concedidas por Bakhtin a Vitor Duvakin, poucos anos antes de sua morte, Augusto Ponzio vai nos lembrar que de qualquer questão que se ocupe, “ética, estética, lingüística, o interesse de Bakhtin diz respeito à alteridade” (PONZIO, 2008, p. 20).

O diálogo social bakhtiniano se dá, fundamentalmente, no universo dos signos. Um signo sempre emerge na relação entre duas ou mais consciências individuais. Toda palavra precede de alguém e se dirige a alguém. O pensador russo se filiava ao Marxismo e considerava o signo como a arena da luta de classes, na medida em que havia uma determinação da realidade (infra-estrutura) presente em todo signo. Numa relação dialética, o indivíduo recebe o signo já marcado pela ideologia, o submete ao seu psiquismo e dessa relação resulta outro signo, já modificado. “Todo signo ideológico exterior, qualquer que seja sua natureza, banha-se nos signos interiores, na consciência” (BAKHTIN, 1997, p. 57). Para Bakhtin (1997), o psiquismo e a ideologia caminham juntos, estão em interação. Na introspecção, o indivíduo compreende, interpreta o signo externo numa espécie de diálogo interior, e devolve, através da linguagem, sua resposta.

Essa breve contextualização da forma como Bakhtin pensou a alteridade, nos interessa para analisar essa espécie de quebra dos padrões de leitura predominantes no mundo contemporâneo – imediatos, rápidos, superficiais – que nos propõe *piauí*. Uma das marcas do imediatismo das relações discursivas atuais é um tempo menor entre o universo do psiquismo e o mundo exterior, onde Bakhtin identifica a ideologia. Como vimos, Bakhtin produziu sua

teoria nos anos 20 e não há, obviamente, referências aos hábitos da vida contemporânea, e, além disso, o próprio conceito de ideologia passou por revisões com a crise do Marxismo. Mesmo assim, é possível retomar a idéia de diálogo interior a partir de Bakhtin – a capacidade que cada indivíduo tem de “ler” o mundo e extrair do seu psiquismo uma resposta que, por sua vez, também modifica o mundo – para pensar a relação de alteridade na cultura do excesso, conforme definição do psicanalista Joel Birman (2006).

O excesso e a rapidez com que as informações circulam reduzem o tempo de reflexão. Como vimos, Birman (2006) considera a redução do processo de simbolização da linguagem como uma das causas do mal-estar contemporâneo. Há um visível desequilíbrio em favor do mundo exterior na relação com o psiquismo, um refinamento da sociedade do hiperconsumo e um conseqüente hipertrofiamento da capacidade crítica de reagir aos estímulos. Trata-se da produção de uma alteridade desequilibrada, se pensarmos em termos bakhtinianos, caracterizada por um volume de informações muito maior do que a capacidade do indivíduo de interpretá-las, de refletir sobre elas. Esse desequilíbrio pode ser identificado como o primado do fazer na relação com o pensar, se tomarmos por referência o pensamento de Castoriades (1982).

Nas páginas de *piauí*, há referências a esse ritmo da vida moderna, do fazer sem pensar. Uma reportagem de Gene Weingarten, intitulada *Pérolas aos poucos*, da seção *vida urbana*, na edição número 10 da revista, mostra a iniciativa do violinista Johsua Bell – um dos mais famosos do mundo – em se apresentar nos corredores do metrô de Washington. Ao relatar a reação das pessoas, muitas apressadas e poucas se atendo ao espetáculo imprevisível, o repórter faz uma reflexão sobre o quanto o ritmo da vida moderna nos priva de experiências enriquecedoras:

Se não podemos tirar algum tempo de nossas vidas para parar um momento e escutar um dos melhores músicos do planeta tocando algumas das mais belas peças musicais que já foram escritas; se o impulso da vida moderna nos domina a tal ponto que ficamos cegos e surdos para uma coisa dessas – o que mais não estaremos perdendo? (*PIAUI*, nº 10, jul. 2007, p. 42).

Os textos de *piauí* entram em interação com o leitor que os re-significa, num tempo mais dilatado e reflexivo. O leitor é o outro da interação. Mesmo que não esteja imune às práticas predominantes de leitura na vida moderna – ágeis, superficiais, rápidas –, quando se relaciona com a revista, esse leitor é convidado a entrar em outra dimensão. Assim, o tempo maior de diálogo interior que nos propõe *piauí* com sua leitura silenciosa, feita em etapas e entre descansos, resultaria, também, num tipo de resposta diferenciada. O mundo

organizado nas páginas da revista, que lemos com calma, é um mundo que demanda outras questões e diferentes respostas. O convite a participar desse jogo é, em si, um convite a resistir. Assim, enquanto estiver imerso nas páginas da revista, o leitor vivencia esse outro tempo.

O aspecto mais formal da revista, que se parece com publicações dos primórdios da imprensa (um tempo de outros hábitos), mas traz referências à *web*, parece indicar essa necessidade de equilíbrio entre o mundo exterior e o mundo interior, perdido na contemporaneidade. Não precisamos ter as últimas informações – como propõe a *Carta de intenções* –, mas podemos reinventar a notícia, encontrar no outro o sentido que nos falta.

Esse é o alcance da resistência em *piauí*, a ser retomado na fase de conclusão do trabalho. O que buscamos fazer, até agora, foi desmontar as estratégias utilizadas pela revista para se diferenciar da mídia tradicional e assim encontrar sua singularidade. Um duplo movimento em que a negação dos modelos é, em si, um novo modelo, a irrupção de um acontecimento discursivo. Apontamos, nas páginas anteriores, esses recursos de construção da identidade de *piauí*, agora é oportuno sistematizá-los para encerrar esse capítulo.

piauí busca desconstruir a forma de organização dos modelos jornalísticos tradicionais, evitando, por exemplo, o recurso da utilização de colunas ou editoriais. Além disso, subverte a sintaxe jornalística tradicional para obter um efeito de *non-sense*, como demonstramos na análise dos roteiros turísticos inexistentes. Há referências críticas a abordagens dos outros veículos – presente, por exemplo, no silêncio afirmativo em relação à não cobertura da reforma ministerial, sobre a qual *piauí* “não dá uma linha” (*PIAUI*, nº 06, mar. 2006). Outro aspecto relevante nessa relação é a tentativa de desconstrução da objetividade jornalística através do estreitamento de limites entre a ficção e o real. Esse conjunto de procedimentos configura uma estratégia de deslocamento das formações discursivas predominantes na mídia brasileira, como se a todo instante o discurso de *piauí* precisasse reafirmar: não é isso o que somos, navegamos por outros sentidos.

Esse tipo de construção em que se nega o discurso do outro para se autoafirmar pode ser classificado como simulacro, conforme Sírio Possenti (2003). O autor pensa o simulacro como o efeito de “negar antecipadamente o que poderia ser dito a respeito do que enunciava” (2003, p. 267). Possenti (2003) identifica no simulacro um efeito idêntico ao pré-construído, porém seu lugar não é o interdiscurso, mas uma posição própria, já que não resulta da retomada de algo anterior, mas sim de algo construído na polêmica. Há, no discurso de *piauí*, essa idéia do pré-construído como simulacro, o espaço de diferenciação em relação ao universo padronizado da mídia contemporânea brasileira. Ao demarcar as críticas em relação,

por exemplo, à imprensa de celebridades ou ao vocabulário pobre da mídia, *piauí* não só nega sua inscrição nessa formação discursiva como se defende de qualquer tentativa feita por outrem de identificá-la com o discurso negado por ela.

Nas páginas de *piauí* não há, entretanto, tão somente a desconstrução dos modelos existentes, algumas regularidades na revista – sem colunas ou editoriais, mas com seções – constituem a base do edifício imaginário da nova publicação. Assim, a principal marca constitutiva desse início de *piauí* é a redefinição do conceito de notícia, com a ênfase nos temas desprezados, cujo exemplo mais simbólico é a rotina do ascensorista de elevador. Esse deslocamento se completa pelo espaço aberto para a ficção. Se *piauí* busca trazer o relato do dia-a-dia das pessoas comuns, utiliza a ficção para tratar de temas explorados pelo jornalismo convencional a partir de ângulos só possíveis pela literatura. As reportagens reinventam a notícia e a ficção parte de temas frequentes nas pautas da mídia, como o prefeito corrupto ou o terrorista, mas de modo a iluminar aspectos não contemplados nas reportagens.

O jogo proposto por *piauí* é, assim, a subversão dos gêneros, que se dá tanto no conteúdo temático (afinal, são falsos os roteiros turísticos, bem como as previsões do horóscopo), quanto no empréstimo da estrutura composicional do *Jornalismo Literário* para relatos ficcionais. Essa subversão aponta para a própria insuficiência das narrativas tradicionais – afinal, todo horóscopo não é falso? Pode o jornalismo dar conta da perplexidade gerada por fatos como o 11 de setembro? Nessa maquinaria, os gêneros são reconfigurados, os signos se abrem a novos sentidos. *piauí* não é o que parece, é preciso uma disposição de leitura mais crítica, aberta à irrupção de sentidos outros, além do aparente.

Contra a ilusão de verdade do jornalismo – que não deixa de ser a ilusão do domínio do sentido –, *piauí* recupera a natureza ambígua do sentido, através de uma linguagem plural, visivelmente menos assertiva que a da mídia convencional. É preciso embaralhar as cartas, reinventar o jogo, tirar o leitor de sua passividade, convidá-lo a participar, desenhar um novo lugar para o discurso³¹.

Até aqui, é esse o ponto que gostaríamos de realçar nesse irromper de *piauí*. Na análise da relação da revista com as imagens que segue, esses traços ganham novos contornos e se tornam mais nítidos.

³¹ Na última página de cada edição de *piauí*, a revista propõe aos leitores que completem uma frase a fim de criar uma ficção. Os melhores textos são publicados na edição seguinte.

CAPÍTULO 3

**LEITURA PANORÂMICA – O APAGAMENTO DA SATURAÇÃO DE IMAGENS:
UMA FORMA DE RESISTÊNCIA**

*Nesses delírios nervosos
dos anúncios luminosos
Que são a vida a mentir*

[Silvio Caldas e Orestes Barbosa, **Arranha-céu**, 1937]

Os enunciados que estão na origem de *piauí – a revista para quem gosta de ler e a revista para quem tem um parafuso a mais* – buscam associar a publicação ao território da inteligência, da reflexão. São enunciados que fazem parte da estratégia mercadológica de lançamento da nova revista e se inscrevem, portanto, no campo da publicidade, revelando a forma como *piauí* se esforça para ser reconhecida através da busca por um diferencial no concorrido mercado editorial. É uma estratégia denominada por Umberto Eco de *constant editorializing* (1988, p. 83), isto é, colocar a publicidade do produto no próprio produto. Há uma aposta, evidenciada nos enunciados, de ocupação de um vazio que seria consequência de certa subestimação da inteligência do leitor nas práticas de leitura predominantes no Brasil. A tentativa de agenciamento desse leitor, em *piauí*, passa pelo convite ao compartilhamento de uma experiência de ampliação de repertório. A estratégia mercadológica é, portanto, conferir *status* de inteligência aos que comprarem a revista, através da associação com um grau de erudição maior do que a mídia atual permite, associando a nova publicação, de certa forma, à vanguarda do jornalismo brasileiro.

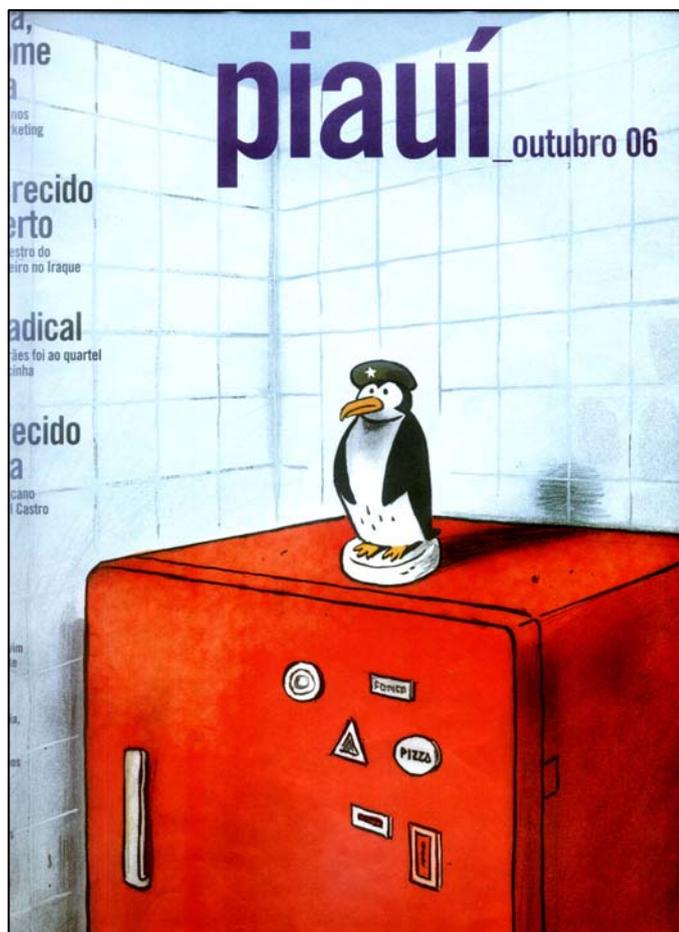
O *ethos* de sapiência sugerido pelos enunciados – *a revista para quem gosta de ler e a revista para quem tem um parafuso a mais* – convive, entretanto, com constantes referências imagéticas à cultura pop, sobretudo nas ilustrações de capa que mostram as imagens de Bart Simpson, a figura de Che Guevara e, de maneira recorrente, o pingüim³²: uma imagem reconhecidamente associada ao *kitsch*, palavra da língua alemã, intraduzível, transportada para outras culturas, conforme esclarece Umberto Eco. O pensador italiano pensa o *kitsch* como “a comunicação que tende a provocação de efeito” (ECO, 1988, p. 76) através

³² O pingüim aparece na capa de diversas edições. Primeiramente, na edição número 01, de lançamento, depois na edição número 13, que comemora o primeiro ano da revista e agora na edição número 25, comemorando o segundo ano. Nesta edição número 25, além de aparecer na capa, o pingüim também ilustra o editorial, o único já publicado pela revista. Apresentamos, em anexo, um e-mail trocado com a edição da revista em que questionamos esse símbolo.

da reiteração e estímulo. Numa narrativa que se quer poética, por exemplo, o *kitsch* estaria no esforço para provocar um efeito sentimental. Há certa redundância na elaboração:

não só porque estimula efeitos sentimentais, mas porque tende continuamente a sugerir a idéia de que, gozando desses efeitos, o leitor esteja aperfeiçoando uma experiência estética privilegiada (ECO, 1988, p. 75).

Há sempre, por detrás do *kitsch*, uma valoração de gosto que varia, observa Eco, de acordo com o período histórico. O que há décadas era considerado de bom gosto, hoje pode não ser. Existe, ainda, uma relação de classes sociais por detrás dessas valorações. A alta cultura, destinada às elites econômicas, seria o espaço do bom gosto, em contrapartida, o mau gosto estaria na diluição dessas referências entre as classes mais populares, sobretudo a partir da difusão dos meios de comunicação. O pingüim na geladeira é um acessório popular e uma das causas de sua identificação com o *kitsch* é o fato de ter sido banalizado como “pretenso” objeto de arte e ainda evocar uma associação entre a geladeira que decora e o hábitat natural da espécie por ele representada.



Revista *piauí*, nº 01, out. 2006

Vistos em conjunto, os enunciados que remetem à leitura e à inteligência e as referências ao *kitsch* apontam para uma auto-ironia no discurso da revista relacionada ao lugar das vanguardas e da cultura midiática. Umberto Eco percebe uma relação dialética entre a vanguarda e o *kitsch*. O campo da vanguarda é o da arte, cuja função é de descoberta e de invenção, já o *kitsch* é identificado com a cultura midiática³³ na medida em que “vende efeitos já confeccionados” (ECO, 1988, p. 81). As vanguardas irrompem como reação à difusão do *kitsch*; esse, por sua vez, renova-se na vanguarda na medida em que recolhe, nos avanços suscitados por ela, os elementos que vai difundir, vulgarizar. Esse movimento dialético está presente em *piauí* na forma como se coloca na vanguarda do jornalismo brasileiro através de enunciados como *a revista para quem tem um parafuso a mais*. Nesse contexto, as referências à cultura pop e ao *kitsch* acenam para a auto-ironia na medida em que, como considera Eco, “toda inovação corre o risco de tornar-se produção de um hábito ou de um mau hábito futuros” (ECO, 1988, p. 128).

O pingüim símbolo de *piauí* tem um diferencial: traz na cabeça a boina do guerrilheiro Che Guevara, uma provocação que aponta para a diluição das vanguardas revolucionárias em objetos de consumo pop³⁴. Já os enunciados do gosto pela leitura, sugerem um movimento oposto: a revista como o lugar da reflexão, da erudição, que, mesmo sendo um produto da mídia, se distancia dessa mesma mídia na medida em que propõe uma relação diferenciada com a linguagem verbal a partir da valorização da leitura. Há, nesse jogo, uma tensão entre os valores associados à linguagem verbal como sinônimo de erudição e à linguagem imagética como o lugar da cultura pop banalizada. É também por essa tensão que a revista inscreve sua particularidade no jogo discursivo da mídia, estabelecendo com cada uma das duas instâncias – da palavra e das imagens – uma relação diferenciada daquela presente no jornalismo brasileiro contemporâneo. Nossa proposta nesse capítulo é explicitar essa relação, começando pela análise das regularidades imagéticas na revista.

Existe, no nosso entendimento, uma pré-construção na relação que a revista estabelece com a imagem e na própria adoção de uma proposta editorial baseada na leitura verbal. O pré-construído é, para Pêcheux (1988), algo que já é dado no irromper de um discurso: ao mesmo tempo exterior e anterior a ele³⁵. Embora o conceito de pré-construído se

³³ Umberto Eco (1988) vai denominar *Cultura de Massa*, mas acreditamos que essa expressão pode ser substituída por Cultura Midiática ou de Mídia, mais adequadas aos tempos atuais.

³⁴ Em contato com a jornalista Raquel Zangrandi por e-mail, ela atribuiu a imagem do pingüim a uma criação do cartunista Angeli, feita para o primeiro número da revista e incorporado nos outros.

³⁵ A esse respeito, consultar PÊCHEUX, Michel. **Semântica e discurso**: uma crítica a afirmação do óbvio. Tradução de Eni Orlandi. Campinas: Editora da UNICAMP, 1988. Na página 98, Pêcheux vai utilizar como

confunda com o de interdiscurso, gostaríamos de tomá-lo numa acepção mais restrita. Se a noção de interdiscurso incorpora a de pré-construído, acreditamos ser possível considerar o último numa perspectiva embrionária. Tomamos, para efeito dessa análise, o pré-construído como aquele ponto em que o interdiscurso se insinua, uma espécie de marca constitutiva dele, embora não esteja presente na materialidade lingüística. É o elemento que se cala e ainda assim está presente no enunciado.

Assim, o enunciado *a revista para quem gosta de ler* pode ser interpretado também como *a revista para quem se cansou de ver*: um lugar de resistência ao excesso de imagem na sociedade atual. Esse movimento de criar um espaço protegido da “poluição” imagética, organizado de forma a privilegiar a leitura da linguagem verbal, é o ponto em que se insinua a pré-construção no nascimento de *piauí*, e é a partir dele que se configurará o interdiscurso. O sentido dessa pré-construção, como veremos, é a recuperação de uma memória anterior ao excesso das imagens, possibilitado pela capacidade das novas tecnologias em produzir e reproduzir signos imagéticos, difundidos à exaustão nos objetos culturais, como livros, revistas e jornais. Para entender como isso se dá, pretendemos, neste capítulo, demarcar a relação entre imagem e linguagem verbal na *revista para quem gosta de ler*. O caminho a ser percorrido passa por uma breve reflexão sobre o objeto revista, o suporte que traz a materialidade textual.

Existem dois momentos determinantes na relação do leitor com a revista. O primeiro é a escolha de uma determinada revista em meio a outras numa banca e, a partir dessa escolha, os caminhos do olhar do leitor a selecionar os assuntos que lhe interessam. Até se deter na materialidade dos textos, ocorre a leitura panorâmica do objeto. E é, principalmente, a partir dessa perspectiva, que as imagens desempenham um papel fundamental: são elas que revelam, num primeiro momento, algo sobre a publicação. Situação que se inverte quando o leitor está absorto no conteúdo dos textos, conforme aponta Ferreira: “Assim, na leitura, aquilo que mais se vê, a forma material do texto, torna-se freqüentemente aquilo que menos se enxerga, em função do olhar voltado para o conteúdo, para uma espécie de essência invisível do texto” (FERREIRA, 2006, p. 79). *piauí* se diferencia pela relação diferenciada estabelecida entre texto verbal e imagem nas páginas da revista. O aspecto imagético desempenha, como veremos, um importante papel na proposta editorial da revista e nas formações discursivas engendradas e refletidas em suas páginas.

exemplo o enunciado “aquele que salvou o mundo morrendo na cruz nunca existiu” para demonstrar o pré-construído como um pensamento manifesto na linguagem.

Barthes (1993) chama a atenção para o fato de que a chamada civilização da imagem não é “privada de palavras” (BARTHES, 1993 apud FERREIRA, 2006, p. 100). As imagens vêm quase sempre associadas com palavras e separá-las como dois objetos distintos pode obscurecer a questão de que se trata de algo novo: “nem imagem, nem linguagem, mas essa imagem desdobrada de linguagem que poderíamos chamar de comunicação logocônica” (BARTHES, 1993 apud FERREIRA, 2006, p. 100). Essa marca da comunicação mista, multi-modal – nem só palavra, nem só imagem – está presente em grande parte dos textos que circulam na sociedade contemporânea. *piauí*, de certa forma, relativiza essa tendência. A recuperação do poder da palavra se dá, paradoxalmente, com a valorização das imagens, destacadas nas páginas da revista em espaços com o mínimo de texto verbal. Há, ainda, outro diferencial em *piauí* em relação às imagens: trata-se da montagem de signos imagéticos – investidos de memória – como a já comentada boina de Che Guevara no pingüim e o livro vermelho de Mao Tsé-Tung, como veremos adiante, ambos destacados no lugar privilegiado da capa da publicação.

Nas páginas de *piauí*, as reportagens têm poucas fotos ilustrativas e são atravessadas por poemas, ilustrações ou histórias em quadrinhos. No primeiro contato do leitor com a publicação, que se dá pela observação da capa, são, principalmente, as imagens que comunicam os primeiros sentidos e demarcam a singularidade da publicação em relação a suas concorrentes³⁶. A imagem da capa é o lugar simbólico da valorização do assunto principal a ser destacado em meio ao emaranhado de conteúdo que constitui cada edição da revista.

Não há, nas imagens de capa de *piauí*, uma relação direta com os enunciados das manchetes. Ao contrário de outras publicações que trazem no seu interior a matéria da capa, em *piauí*, a imagem da capa é alusiva ao eixo temático da revista e não sinaliza, como é comum, a principal reportagem. É uma estratégia que se relaciona com a desconstrução da objetividade jornalística apontada no capítulo anterior, *piauí* não é o espaço das informações que estão na maioria das publicações, *piauí* se preocupa mais em construir um novo lugar para a circulação de discursos e menos em buscar a representação do real pretensamente construída pela objetividade jornalística. Esse procedimento demanda um processo de significação mais sofisticado, na medida em que não há, na maioria das vezes, a relação direta entre a ilustração da capa e uma única reportagem na revista. A edição de número 11, em que

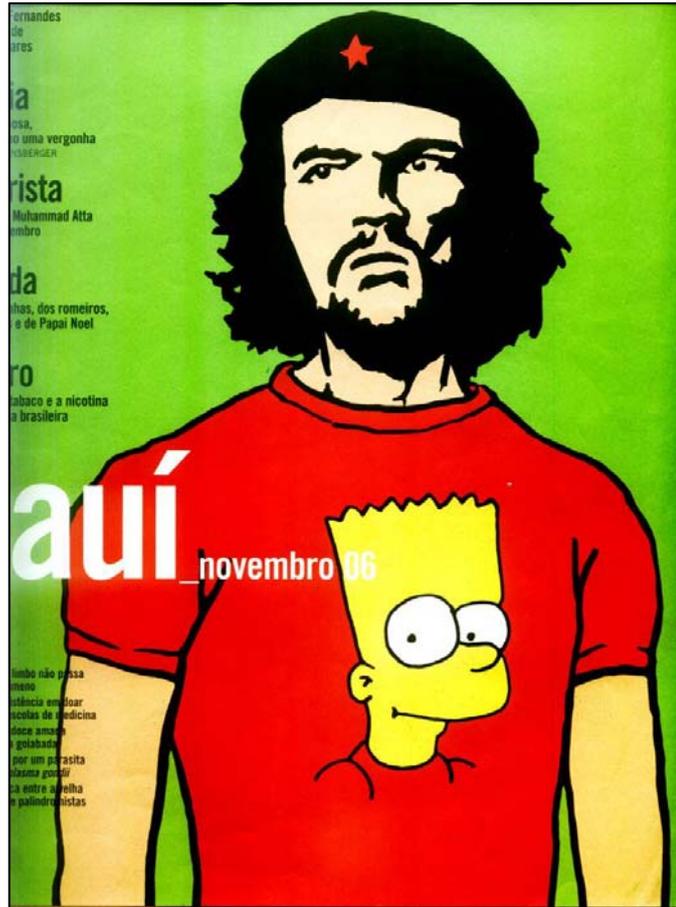
³⁶ Há um material publicitário de *piauí* divulgado na revista *Caros Amigos* que mostra um Frankstein com a revista sentado ao lado da famosa escultura do poeta Carlos Drummond, na orla da zona sul carioca. *piauí* procura se diferenciar pela raridade, como demonstra a peça publicitária.

se discute o poder, traz na capa uma figura resultante de montagem, mostrando um aperto de mãos entre Stalin e Mao Tsé-Tung. O líder chinês segura nas mãos um livro vermelho onde se lê: *piauí* (*PIAUÍ*, nº 11, ago. 2007).



Revista *piauí*, nº 11, ago. 2007

Esse efeito de manipular signos imagéticos carregados de sentido, como Stalin, Mao Tsé-Tung e o livro vermelho, um atributo da pop-art, ganha novas possibilidades com os recursos tecnológicos existentes hoje e reaparece outras vezes nas capas da revista. A primeira edição (outubro de 2006) mostra, como já foi comentado, a imagem de um pingüim em cima da geladeira com a boina de Che Guevara. Na edição de novembro do mesmo ano (nº 02), é a imagem do guerrilheiro argentino que nos surpreende vestindo uma camiseta de Bart Simpson, um dos personagens que simboliza a crítica ao *american way of life*.



Revista *piauí*, nº 02, nov. 2006.

Umberto Eco (1988) vê na pop-art um exemplo da relação dialética comentada anteriormente entre a vanguarda e o *kitsch*, na medida em que a primeira reconfigura signos banais para criar um objeto artístico: “Vingança da vanguarda contra o *kitsch* e lição da vanguarda ao *kitsch*, porque nesses casos o artista mostra ao produtor de *kitsch* como se pode inserir um estilema estranho num novo contexto sem pecar no gosto” (ECO, 1988, p. 127). Há, nas capas de *piauí*, um *status* de pop-art nessa iniciativa de reconfiguração de signos – um pingüim de geladeira com a boina de Che Guevara talvez já não seja um objeto *kitsch*. Esse jogo com os signos se relaciona à estratégia de sedução do leitor. As montagens ao estilo da pop-art são a maneira da publicação se diferenciar em meio a centenas de outras nas bancas de revista.

Não se busca, nas capas de *piauí*, nenhum crédito de realidade, as imagens são manipuladas com uma intenção discursiva. Não há a clássica relação da fotografia com o referente. A imagem passa a ter, de certa forma, um *status* parecido com o da escrita, na medida em que cria um mundo novo a partir da reconfiguração de signos e não mais se refere ao existente. Che Guevara não viveu para conhecer Bart Simpson. No entanto, a imagem do

guerrilheiro – ela, sim, reproduzida a exaustão em camisetas no mundo todo – aparece ilustrada com a camiseta de Bart³⁷. É uma imagem que lança sentidos sobre o conteúdo da revista: as utopias da esquerda revolucionária dos anos 60 e a crítica à cultura de massa no próprio interior dos meios de comunicação. A expressão “vestir a camisa” significa, coloquialmente, aceitar conscientemente determinada ideologia. O deslocamento proposto por *piauí* das imagens de Che Guevara “vestindo a camisa” de Bart significa a revista como o lugar de encontro dessas contradições. A ilustração apresenta, a um só tempo, um tom provocativo e humorístico. Numa tentativa de classificação desse tipo de imagem de capa em *piauí*, encontramos similaridade com as figuras: “uma configuração mais ou menos única que se diferencia da regularidade do discurso pelo fato de procurar produzir sentido de um modo mais original” (AUMONT, 1995, p. 253). De acordo com Aumont, há, nas figuras, outro nível de significação (o figurado) a partir da contaminação do verbal pelo icônico, quando a imagem é investida de sentidos pré-determinados – poderíamos dizer pré-construídos à luz da AD – ligados aos elementos representados.

As imagens das capas de *piauí* nunca são unárias, conforme a definição de Roland Barthes (1984), ao se referir às fotografias: “A fotografia é unária quando transforma enfaticamente a realidade, sem duplicá-la, sem fazê-la vacilar (a ênfase é uma força de coesão): nenhum duelo, nenhum indireto, nenhum distúrbio” (BARTHES, 1984, p. 66). Há algo na composição de cada uma dessas imagens que se destaca: a ênfase em signos capazes de remeter à figura de Che Guevara, aspecto que será discutido posteriormente no capítulo que trata das formações discursivas em *piauí*.

Há uma clara intenção de evitar qualquer sentido de unicidade nessas imagens, elas se abrem – pelo recurso do humor, do inusitado, da manipulação consciente de signos imagéticos – em novos significados. Não há como deixar de associar essa característica à subversão de gêneros no interior da revista, como descrito anteriormente. O que se procura é abrir a possibilidade de novos sentidos. As imagens de capa são o primeiro território em que a revista tenta criar sua identidade – há até mesmo certa economia de texto verbal nas capas de *piauí*, o contrário do que ocorre no interior da publicação. É se valendo das imagens da capa que a revista ao mesmo tempo sintetiza e potencializa seu discurso.

Jacques Aumont (1995), ao discutir a relação entre imagem e sentido, aponta uma insuficiência da imagem sem o apoio da palavra: para ser compreendida, “uma imagem necessita do domínio da linguagem verbal” (AUMONT, 1995, p. 248). Mesmo assim, a

³⁷ Posteriormente retornaremos a essa capa para discutir questões relacionadas à ideologia e à história

produção de sentido na imagem é possível, como considera Roland Barthes (1984). O pensador francês chamava de *punctum* o detalhe que o atraía e tirava o caráter unário da fotografia: “Sinto que basta sua presença para mudar minha leitura, que se trata de uma nova foto que eu olho, marcada a meus olhos por um valor superior. Esse detalhe é o *punctum* (o que me punge)” (BARTHES, 1984, p. 68).

Se o *punctum* produz sentido, o faz na deriva das subjetividades, por isso todo esforço da mídia é utilizar recursos editoriais para direcionar a leitura da imagem: escolha de ângulos, tamanho da foto e detalhes destacados são procedimentos usuais com a intenção de atrair e controlar a direção do olhar. O texto multi-modal seria, nessa perspectiva, um território intermediário a preencher duas faltas. De um lado, essa insuficiência da imagem em si: “Não há imagem pura, puramente icônica”, nos diz Aumont (1995, p. 248). E, de outro, uma limitação da própria palavra, conforme nos lembra Barthes:

O infortúnio (mas também, talvez, a volúpia) da linguagem é não poder autenticar-se a si mesma. O noema da linguagem talvez seja essa impotência, ou, para falar positivamente, a linguagem é, por natureza, ficcional; para tentar tornar a linguagem inficcional é preciso um enorme dispositivo de medidas: convoca-se a lógica ou, na sua falta, o juramento; mas a fotografia, por sua vez, é indiferente a qualquer revezamento: ela não inventa; é a própria autenticação; os raros artifícios por ela permitidos não são probatórios, são, ao contrário, trucagens: a fotografia só é laboriosa quando trapaceia (BARTHES, 1984, p. 128).

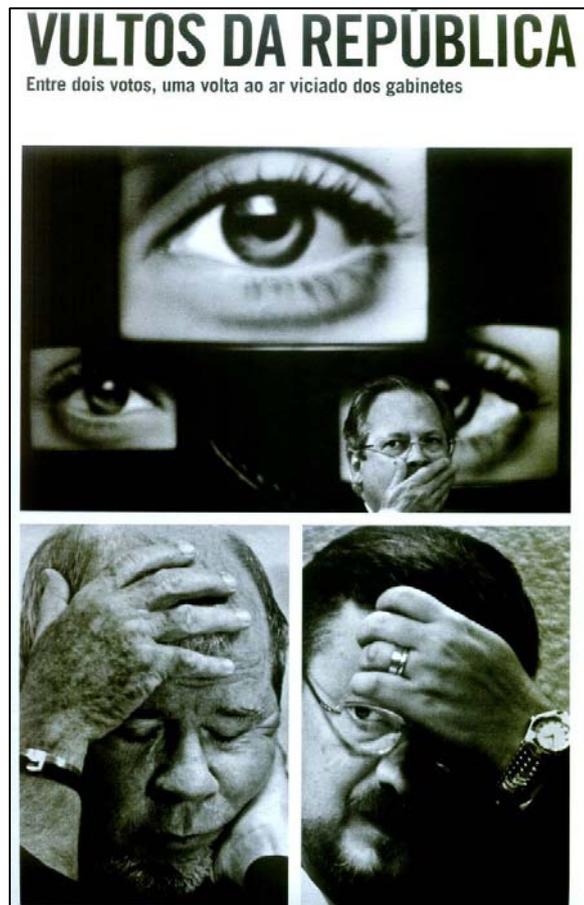
O texto de Barthes (1984), escrito no início dos anos 80, é anterior à manipulação de imagens possibilitada pela tecnologia digital que passou a predominar nas práticas cotidianas e na mídia, e, além disso, o texto se refere especificamente à fotografia. Na totalidade das imagens que ilustram as capas de *piáu* – pelo menos nas 13 primeiras edições – o que mais existe são as trucagens, a estratégia assumida de manipulação “laboriosa” de signos.

Mas a linguagem imagética da revista não se faz apenas com a manipulação sígnica. Existem ensaios fotográficos tradicionais, no sentido de manterem a relação com o referente. Esses ensaios surgem no meio das páginas da revista como um descanso dos textos. As legendas que acompanham as fotos são econômicas. Durante quatro ou cinco páginas, o leitor se depara com fotografias recortadas que nos dizem muito sobre a relação entre linguagem verbal e imagem na sociedade contemporânea. Por ser uma revista em que predomina a linguagem escrita, há o esforço para não banalizar as imagens. Elas, ao contrário, são valorizadas pelo aspecto da raridade.

Dentre esses ensaios, cabe destacar dois, feitos pelo fotógrafo Orlando Brito, mostrando os políticos nos bastidores do Congresso Nacional. Na edição de abertura da revista, em outubro de 2006, quando o país assistia às denúncias de pagamento de propinas a deputados e senadores, denominadas na mídia como *mensalão*, foi publicado o ensaio fotográfico *Vultos da República* (*PIAUI*, nº 01, out. 2006, p. 58-65). Um texto introduz a edição das fotografias:

A história republicana é pródiga de negociatas e escândalos. O que há de novo é a exposição espetacular de falcatruas urdidas a partir da cúpula do poder político (...). As fotos de Orlando Brito captam vultos sombrios do poder. Captam a tensão entre o que é dito nos palanques e para as câmaras de televisão e aquilo que, nos bastidores, é urdido de fato. As fotos estão além da retórica política, da imagem que os políticos fazem de si mesmo. Elas mostram o desespero da política (*PIAUI*, nº 01, out. 2006. p. 59).

No lado esquerdo, tomando toda a página da revista, aparece a imagem do Presidente Lula com o rosto coberto. Nas cinco páginas seguintes, são registrados closes de olhos, imagens de deputados e senadores com as mãos na testa, bocejos, rostos cabisbaixos, mãos crispadas e um único sorriso. São recortes em primeiríssimo plano.



Revista *piauí*, nº 01, out. 2006

A ênfase recai sobre o rosto. As legendas são curtas e objetivas, indicando apenas o nome da personalidade retratada, sem ao menos informar o seu cargo. Com exceção do texto introdutório, não há nenhum comentário. São imagens não autorizadas. Esse ensaio fotográfico, no entanto, apresenta alguns pontos contraditórios que cabe ressaltar. Dissemos anteriormente que *piauí* não entra no jogo dos assuntos factuais tratados pela mídia. Há o predomínio de uma reinvenção da notícia a partir dos pequenos temas do dia-a-dia. No caso do ensaio fotográfico, a regra sofre uma exceção: *piauí* abre espaço para um assunto tratado exaustivamente por toda a mídia. O diferencial é recorrer basicamente às imagens e quase silenciar as palavras para mostrar as denúncias sobre o *mensalão*.

As fotografias captam os homens fortes do Presidente Lula em situação de quase desespero. Há dois elementos que se destacam nas fotos, duas possibilidades de *punctum*: os olhos e as mãos dos políticos. No lado superior, recortes de olhos sem identificação dos rostos e, ao canto, José Dirceu, ex-ministro-chefe da Casa Civil, cujo olhar parece amedrontado. Os olhos de Antônio Palocci, ex-ministro da fazenda, estão distantes, imersos em sua própria subjetividade mais do que no mundo ao redor. O publicitário Duda Mendonça mantém os olhos fechados. A mão na testa remete a preocupações tanto na imagem de Antônio Palocci, quanto na imagem de Duda Mendonça. A mão de José Dirceu está na boca, um gesto que simboliza a impossibilidade de falar, amplificado pelo olhar assustado.

O sentido desse ensaio fotográfico é mostrar a fragilidade das figuras públicas diante da iminência de deixarem o poder, como de fato aconteceu com José Dirceu e com Antônio Palocci. Os recortes dos olhos buscam evidenciar o desconforto dos personagens, o olhar é um signo na fronteira entre o exterior e o interior de cada indivíduo, a janela da alma, no senso comum. É o breve texto introdutório ao ensaio que explicita as intenções editoriais. Há uma referência ao modo como a mídia trata o assunto através da “exposição espetacular de falcatruas” (*PIAUI*, nº 01, out. 2006. p. 59), o preto e branco das fotografias editadas sobre um fundo negro se completam diante do enunciado que classifica os políticos como “vultos sombrios no poder” (*PIAUI*, nº 01, out. 2006. p. 59). Toda composição do ensaio enfatiza o aspecto sombrio.

As fotos, nos diz o texto verbal, flagram a tensão entre o discurso dos políticos para as câmaras de TV e o que de fato acontece nos bastidores. Uma das frases finais do texto justifica a opção pelo predomínio da imagem nessa cobertura: “As fotos estão além da retórica política, da imagem que os políticos fazem de si mesmo” (*PIAUI*, nº 01, out. 2006. p. 59). A ênfase no olhar remete ao olho no olho, à busca de uma verdade muitas vezes contrária

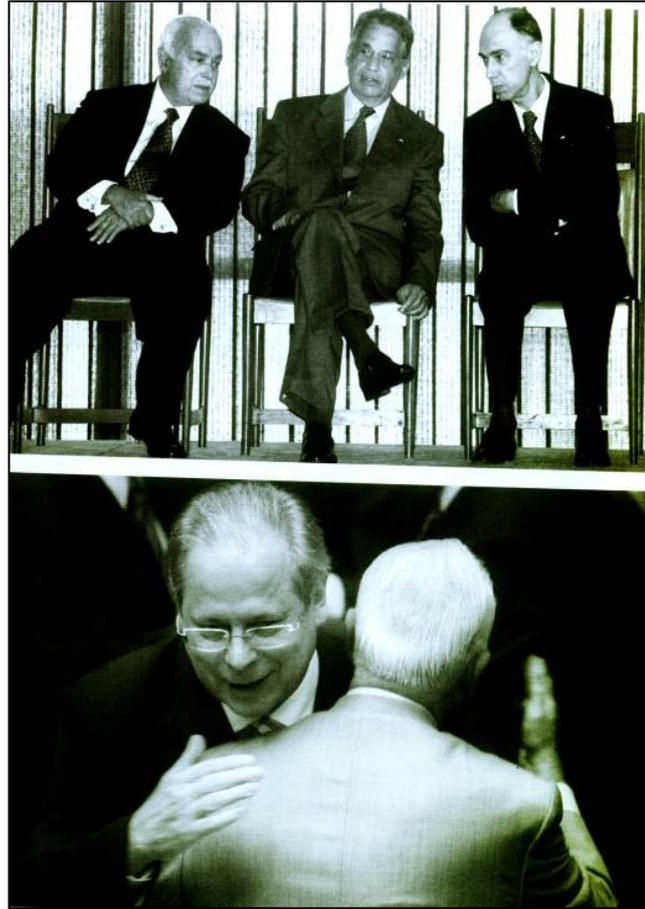
à fala. *piauí* tenta, dessa forma, demonstrar ao leitor que busca uma autenticidade além das aparências.

O segundo ensaio de Orlando Brito, publicado um ano depois, em outubro de 2007, é denominado *Linha Tênuê*. O subtítulo é esclarecedor: *Esquerda e direita unidas no acinzentado da ausência de luta política*.

A permeabilidade entre partes que deveriam estar separadas – e em luta – não existe só na política. Ela está na sociedade brasileira, na qual 50 milhões de miseráveis são conclamados diuturnamente a gastar e consumir, e não tem empregos, nem direitos, nem dinheiro, nem acesso a mercadorias – vivem precariamente das migalhas que caem das mesas de ricos e remediados (*PIAUI*, nº 13, out. 2007, p. 52).

Nesse segundo ensaio, que de certa forma fecha o ciclo do primeiro ano da revista (aspecto que trabalharemos um pouco mais adiante), as legendas não apontam apenas os nomes dos políticos, comentam também as imagens com valorações ideológicas: “O comunista Aldo Rabelo, o petista Aloísio Mercadante e o oportunista Renan Calheiros: arautos da conciliação que perpetua o estado das coisas no qual a política não medra” (*PIAUI*, nº 13, out. 2007, p. 53).

As outras fotos do ensaio trazem a memória de outros períodos políticos: Fernando Henrique Cardoso em meio a Antônio Carlos Magalhães e Marco Maciel e o mesmo Antônio Carlos Magalhães com José Dirceu.



Revista *piauí*, nº 13, out 2007

A relação entre o segundo ensaio fotográfico de Orlando Brito e o enunciado da exclusão social no texto de apoio aponta para o tom conciliador presente na política. A presença de Antônio Carlos Magalhães e Marco Maciel com Fernando Henrique Cardoso e o mesmo Antônio Carlos Magalhães abraçando José Dirceu traz, ao leitor, a memória dos tempos da Ditadura Militar, já que coloca lado a lado personalidades públicas que rondam o poder antes e depois do regime totalitário pós-1964. Esse tom conciliador em nome do imperativo de se manter no poder justificaria, de certa forma, a própria desigualdade social, na medida em que os acordos no Congresso se refletem na falta de disposição para criar um país socialmente justo. O recurso da utilização das imagens e a maneira como foram editadas – de modo a demonstrar a convivência dos mesmos atores políticos da Ditadura nos dois últimos governos, Fernando Henrique Cardoso e Lula – buscam tirar as máscaras, revelar o teatro político. Os dois ensaios fotográficos caminham nessa mesma direção e sinalizam o posicionamento ideológico da revista.

Ao analisar o aspecto imagético da revista *Veja*, Ferreira (2006) retoma os estudos de Courtine e Haroche (1988) sobre a história do rosto. Na Idade Média, a

interpretação do rosto recaía sobre os traços estáticos, como as marcas naturais de nascimento. A partir do século XVIII, a análise não mais se ocupa de um rosto estático. Os movimentos e gestos passam a ser signos e, como tais, devem se adequar às “máscaras da civilidade”: “É porque fala demais que o corpo precisa aprender como e quando calar” (FERREIRA, 2006, p. 165).

O julgamento do indivíduo não está mais somente fadado às especificidades físicas de seu rosto (marcas), mas ao modo como o rosto manifesta publicamente as paixões do sujeito (signos) (...). Daí a atenção dispensada à caracterização dos signos faciais para a compreensão da personalidade individual, daquilo que o indivíduo tem de mais particular. É como se pelas suas expressões e gestos fosse possível atingir o que o indivíduo é realmente (FERREIRA, 2006, p. 165).

O processo se intensifica no século XIX com o advento da fotografia. O sujeito passa a ser singularizado perante a justiça e a ciência com a foto do rosto, que ilustra os documentos de identidade. O rosto se transforma no “lugar mais íntimo e mais exterior do sujeito” (COURTINE; HAROCHE, 1988 apud FERREIRA, 2006, p. 275).

Nesse contexto, o controle sobre os gestos e as expressões passa a ser maior: é preciso estar atento ao que externalizar a respeito de si. O desenvolvimento tecnológico e a circulação excessiva de imagens fazem com que haja uma invasão da vida privada. Câmaras equipadas com teleobjetivas buscam potencializar as expressões do rosto, sobretudo das figuras públicas. Trata-se, nas palavras de Ferreira (2006, p. 169), “de recortar na descontinuidade do tempo um signo corporal”.

É sintomático que *a revista para quem gosta de ler* tenha mirado suas lentes nos bastidores do Congresso. Num projeto editorial em que as imagens são valorizadas pela raridade a escolha das imagens políticas revela uma intenção discursiva. É o momento em que as palavras se calam, são reduzidas, para que a política fale através das imagens, como observa Courtine:

A transmissão da informação política, atualmente dominada pelas mídias, se apresenta como um fenômeno total de comunicação, representação extremamente complexa na qual os discursos estão imbricados em práticas não verbais (...) em que o texto torna-se indecifrável fora de seu contexto em que não se pode mais separar linguagem e imagem (COURTINE, 2006, p. 57).

Na imprensa, a utilização da imagem fotográfica, lembra-nos Ferreira (2006), se dá numa dupla mediação: a da imagem tornada foto e a da foto transformada em texto. Se a

escolha do ângulo pelo fotógrafo já é, em si, uma manifestação discursiva (porque um ângulo e não o outro?), a edição, o lugar e o destaque que a foto ocupa na publicação pode deslocar o sentido original presente na escolha do fotógrafo.

Os flagrantes dos bastidores do Congresso captam instantes em que as figuras públicas descuidam, de certa forma, da pose fotográfica, da vigilância consciente sobre a própria imagem. Não se sabe ao certo se o instante captado – e manipulado pelo processo editorial – indica um cansaço físico pelas horas de trabalho (situação a que todos estamos sujeitos no dia-a-dia) ou se deve ao desgaste provocado pelas denúncias de corrupção do Congresso. A forma, porém, como esses flagrantes são recortados e editados na revista associa-os diretamente às denúncias, reforçadas pelo fragmento verbal a que nos referimos acima. Há, no enunciado que acompanha as fotos, a noção de que se buscou flagrantes das figuras públicas sem a vigilância. A técnica fotográfica – com suas teleobjetivas – permite, paradoxalmente, um alcance que ameaça todo o cuidado com a auto- imagem – característica presente hoje na vida pública de políticos e celebridades. As fotos podem penetrar no que há de mais íntimo e a forma como esse signo é trabalhado na mídia constrói ou destrói reputações. A revista *para quem gosta de ler*, ao fazer um ensaio fotográfico, desnuda essa possibilidade de invasão da privacidade que marca a vida moderna e aponta também para onde está o olhar editorial de *piauí*. É também no centro do poder – o Congresso – que se busca novos enquadramentos, novos sentidos.

A imagem, na revista *Veja*, tem a função de dirigir o olhar do leitor, escolher por ele, fazê-lo se deter sobre esse ou aquele conteúdo, conforme análise de Ferreira:

É exatamente porque se sabe das derivas do olhar do leitor sobre o texto da revista que é preciso incitá-lo em suas escolhas, chamar-lhe a atenção, incentivá-lo à leitura de alguns textos ou, antes, de alguns fragmentos de textos (FERREIRA, 2006, p. 196).

A autora demonstra, inclusive, como imagens do Presidente Lula em reportagens sobre denúncias de corrupção, no período do *mensalão*, trazem esse direcionamento editorial. O Presidente aparece com as mãos apontadas para si mesmo em uma das fotografias que compõe o texto sobre a sua participação ou não no esquema do *mensalão*, num gesto que simboliza uma auto-denúncia, apesar de sua negativa verbal acerca de seu envolvimento no esquema. É um exemplo claro da manipulação imagética em favor de um posicionamento ideológico – no caso, demonstrar que o Presidente sabia das denúncias, apesar do alegado desconhecimento.

Os ensaios fotográficos de *piauí* no Congresso que flagram o descuido são em preto e branco, não há retoques ou qualquer outro tipo aparente de manipulação, apenas o recorte do olhar do fotógrafo, reforçado por econômicas legendas. É, portanto, na opção editorial de dedicar algumas páginas a textos telegráficos e grandes fotografias em preto e branco da rotina do Congresso que *piauí* se diferencia das outras publicações. Não há o efeito de sentido presente em *Veja*: o Presidente diz que não sabia, mas sabia, estratégia reforçada pela manipulação imagética, uma tentativa de direcionamento do *punctum*. A diferença fundamental em *piauí* é o registro do momento do descuido do político com sua auto-imagem, editado de forma a simular a capacidade do olhar do leitor em percorrer essa imagem e construir seu sentido. A foto ocupa quase a página inteira, enquanto a legenda é discreta e não destaca os elementos da foto. Há um evidente privilégio, nesse espaço, da imagem. Tanto a ampliação quanto a ausência de poses, ou, ainda, a ênfase no texto de apoio ao aspecto ocasional e furtivo das fotografias, são estratégias de manipulação de imagens que se esforçam para não serem percebidas como tal.

Uma série de desenhos de rostos de personagens fictícios do cartunista Angeli, publicada na edição de outubro de 2007, dialoga com as imagens do rosto dos políticos. A criação de Angeli é chamada *República dos bananas*. Interessante lembrar que o primeiro ensaio fotográfico se chamava *Vultos da República (PIAUI, nº 01, out. 2006)*. Os desenhos de Angeli fazem uma paráfrase das poses para documentos de identidade e os rostos retratados são acompanhados de enunciados breves que procuram, justamente, desconstruir as aparências. Nas palavras de Millôr Fernandes, que apresenta o ensaio: “O desenho de Angeli é a busca, bem sucedida, de retratar os escrotos que estão diante de nós e nós não vemos. Porque não vemos ou não queremos ver. Diz aí Amália, é porque são nosso reflexo” (*PIAUI, nº 13, out. 2007, p. 36*).



Revista *piauí*, nº 13, out. 2007

Os enunciados descrevem tipos comuns, como se os desenhos fossem fotos de identidade ou uma coluna social às avessas. Temos então: “Zappo está certo de que sua mulher tem um amante”; ou então: “Clara anda pelo escritório como se fosse chefe” (*PIAÚÍ*, nº 13, out. 2007, p. 37). Outras apresentações dispensam comentários, com o motoboy, o sujeito da lavanderia ou o crítico de música. São integrantes da sociedade civil que provocam por ser “o nosso reflexo”. A denominação *República dos bananas* retoma *República das bananas*, uma forma preconceituosa de uniformizar a América Latina. A fruta que é símbolo dos trópicos – um dos adereços usados pela cantora Carmem Miranda – ganhou, na língua portuguesa falada no Brasil, o significado de falta de ação, incapacidade de gerir o próprio destino. O indivíduo é um banana quando não consegue ter o leme da própria vida. Há um deslocamento semântico da *República das bananas* para a *República dos Bananas*. Os rostos desenhados por Angeli dialogam com os *Vultos da república*: figuras públicas cuja dissimulação torna difícil apreender suas verdadeiras expressões. *Vultos* porque se dissimulam, não assumem a própria face. Os tipos retratados por Angeli são o espelho desse poder na sociedade civil com seus *bananas*: por detrás das aparências se esconde o fosso dos desejos não realizados, dos medos e recalques.

Os exemplos analisados até agora ilustram três características na relação de *piauí* com as imagens, quais sejam:

- 1) A manipulação laboriosa, consciente e explícita de signos imagéticos com a finalidade de desconstruir sentidos tradicionais e abrir o discurso a novos significados. São as figuras da capa que utilizam procedimentos da pop-art com o predomínio de dois signos – o pingüim de geladeira (símbolo do *kitsch*) e objetos que remetem à figura do guerrilheiro Che Guevara. Essas figuras de capa tentam seduzir o leitor através do inusitado em suas composições.
- 2) Ensaios fotográficos que mantêm a relação com referentes concretos. Nesse caso, os elementos de construção das fotos – enquadramento, composição e, principalmente, a maneira como são editados na revista – procuram desconstruir as poses no teatro político. As fotos captam o instante de descuido do político retratado com a auto-imagem.
- 3) Utilização dos quadrinhos – ficção – para ilustrar situações da vida real inatingíveis ao jornalismo tradicional.

Esses procedimentos são estratégias discursivas que dialogam com a materialidade lingüística – no sentido mais estrito dos textos escritos – da revista. É importante observar a maneira como alguns textos verbais remetem às imagens nas páginas de *piauí*. Trata-se do que Gaudêncio Torquato (1984), ao fazer uma classificação dos tipos de textos descritivos mais comuns no jornalismo, denomina de descrição pictórica, cuja característica é o observador permanecer imóvel em relação ao que é observado. Na elaboração desses textos que ocupam várias páginas sem uma única ilustração, é como se o repórter trabalhasse com uma filmadora, sobretudo no caso dos perfis de políticos. O repórter se guia pela percepção das imagens reais que enxerga. Há um olhar fotográfico que enquadra o objeto e o descreve. Se o procedimento é o mesmo do fotógrafo, nesse caso, as palavras constroem o quadro. Ao invés da ênfase na fala dessas figuras públicas, privilegia-se a descrição do ambiente: as roupas, os gestos (a mesma busca pelo desmascaramento presente nos ensaios fotográficos que procuram ir além das poses).

Esse recurso é muito utilizado em reportagens sobre os políticos. Vejamos o perfil do ex-presidente Itamar Franco:

Usava terno cinza, camisa de listas, gravata creme com estampas azuis e um broche com as bandeirinhas cruzadas de Minas Gerais e do Brasil. No pulso esquerdo um lustroso relógio dourado. Mais magro que nos tempos da presidência, abandonou a armação estilo aviador e agora adota óculos ovalados pretos, da marca Giorgio Armani. O topete ainda se equilibra

firme, mas dá a impressão de estar um pouco mais ralo (*PIAUÍ*, nº 13, out 2007, p. 11).

O banqueiro Daniel Dantas³⁸:

Aos 52 anos, de altura mediana e magreza de adolescente, o que lhe dá um ar de fragilidade. Dantas conserva uma aparência jovem, embora os fios de cabelo no topo da cabeça estejam rareando. Tem olhos grandes, de um azul opaco, que se desviam com frequência do interlocutor, como se lhe incomodasse ser observado com atenção (*PIAUÍ*, nº 09, jun. 2007, p. 25).

O líder do movimento dos trabalhadores sem terra, João Pedro Stédile³⁹:

Stédile usava sapatos de couro, pretos, calças jeans meio surradas, e camisa xadrês de mangas curtas. Levava a tiracolo, sobre a barriga, a bolsa preta, de pano, que todos os congressistas ganharam (*PIAUÍ*, nº 10, jul. 2007, p. 07).

O presidente da Bolívia⁴⁰:

Eram 7h30 quando o presidente Evo Morales entrou na sala. Vestia calça azul-escura e uma casaca no mesmo tom, com bordados indígenas na lapela e nas mangas – característica de todas as suas roupas. Ele é mais alto e mais magro do que parece nos jornais e na televisão (*PIAUÍ*, nº 13, out. 2007, p. 41).

Entre essas reportagens, destaca-se a única assinada pelo editor-fundador de *piauí*, o cineasta João Moreira Salles, nas 13 primeiras edições da revista. Ele acompanha o dia-a-dia do ex-presidente Fernando Henrique Cardoso, em aulas nas universidades do exterior. O título da reportagem é *O andarilho*, na seção *poder passado*.

Ele se levantou abotoando o paletó azul-marinho. Havia trazido dois ternos para a temporada americana – o outro, de risca de giz – comprados por 400 dólares cada na liquidação da loja de departamentos Sacks Fifth Avenue (ótimo negócio, congratulou-se) (...). Às 11 da manhã ele aparece no salão de jeans (...). Ao se dar conta que a entrevista será gravada, FHC declara: “Estos pantalones non son presidenciales”. Vai até o quarto e volta de blazer e gravata (*PIAUÍ*, nº 11, ago. 2007, p. 30-31).

Os ensaios fotográficos no Congresso e os perfis escritos dos políticos levamos a uma reflexão sobre o texto multi-modal. Há, como vimos, no recurso editorial da

³⁸ Reportagem intitulada *Todos contra Daniel Dantas*, de Consuelo Dieguez.

³⁹ Reportagem intitulada *Gigantes do agronegócio, tremei*, de Luiz Maklouf Carvalho.

⁴⁰ Reportagem intitulada *O índio contra o império*, de Consuelo Dieguez.

produção das imagens dos políticos em *piauí*, uma abertura para que o leitor preencha o sentido, na medida em que as fotos são editadas de maneira mais despojada, sem o abuso das montagens presentes nas revistas semanais. O texto verbal do perfil dos políticos descreve o detalhe apreendido pela subjetividade do jornalista, o *punctum* na observação do real: os novos óculos de Itamar Franco, os detalhes indígenas na roupa de Evo Morales, a bolsa de Stédille.

A opção pelo texto descritivo ou pelo ensaio fotográfico atinge diferentes efeitos. Relatar, por exemplo, que o ex-presidente Fernando Henrique Cardoso quis trocar o terno para ter uma pose presidencial produz outro sentido do que uma foto dele com a roupa escolhida. O trabalho do repórter procura, nesse caso, revelar, sobretudo, a preocupação de Fernando Henrique Cardoso com a auto-imagem. Os ensaios fotográficos no Congresso buscam também flagrar os momentos de descuido dos políticos com a auto-imagem. Os dois procedimentos – o ensaio fotográfico e os perfis – se encontram, como vimos, na intenção de avançar além do teatro político. Há um ponto em que as imagens silenciam e as palavras permitem ir além das aparências, em outro movimento, o silêncio é da palavra, a busca por aquela pureza da fotografia de que nos fala Barthes – sem nenhuma manipulação, apenas a sensibilidade do fotógrafo em captar os políticos na rotina do Congresso. Enquanto toda a imprensa se esforçava por divulgar as últimas denúncias sobre o *mensalão* através do predomínio desse assunto no noticiário, *piauí* optou pelo silêncio da linguagem escrita e escolheu como abordagem as imagens dos congressistas.

Na edição número 16 de *piauí*, foi publicado um perfil do ex-homem forte do Governo Lula, José Dirceu, um dos principais personagens do ensaio fotográfico sobre o *mensalão*. Na reportagem intitulada *O consultor*, a repórter Daniela Pinheiro acompanhou o político em viagens em Cuba, Portugal, em restaurantes e na sua casa no Brasil (*PIAUI*, nº 16, jan. 2008, p. 23-39). Foi o perfil que mais repercussão trouxe na grande imprensa, sobretudo pelas revelações de bastidores feitas por José Dirceu. Cabe registrar a forma como essa reportagem foi interpretada pelos comentaristas da mídia, realçando o aspecto da pluralidade de pontos de vista presente na sua elaboração. Foi, talvez, a maneira mais incisiva que *piauí* inscreveu sua diferença no jogo discursivo contemporâneo no Brasil. Vejamos o comentário de Alberto Dines num blog na internet.

“O consultor” – este é o título da reportagem – é ao mesmo tempo uma denúncia irrespondível e uma confissão surpreendente. José Dirceu aparece ora como uma espécie de Cardeal Richelieu, ora como revolucionário arrependido ou playboy internacional. Num panorama jornalístico dominado

pelas posições extremadas, históricas, debochadas e drásticas, uma pausa para os meios tons (DINES, 2008)⁴¹.

Os meios tons em *piauí* são essa abertura para a ambigüidade do sentido e não a tentativa de direcioná-lo, marca tão característica da mídia contemporânea. O texto sobre José Dirceu busca a dimensão humana do personagem: descreve, no dia-a-dia do ex-ministro, suas contradições, evita os juízos de valor, deixa para o leitor a responsabilidade de completar o sentido. Vejamos a descrição de uma cena em um restaurante em São Paulo.

José Dirceu comia o segundo pedaço de cupim quando, sem que percebesse, um homem loiro e jovem se aproximou e pôs a mão no seu ombro. Talvez porque imaginasse tratar-se de um conhecido, o ex-ministro sorriu quando o homem se inclinou, como que para cochichar no seu ouvido. Com o rosto quase colado ao de Dirceu, no entanto, o desconhecido gritou: “Seu safado, safado, SA-FA-DO!” O sorriso do ex-ministro se desmanchou e sua expressão facial se esvaziou. Ele não demonstrou surpresa, raiva, medo, constrangimento ou qualquer outra emoção. Ficou olhando fixo para a frente, impassível, enquanto os berros continuavam e eram ouvidos nas mesas vizinhas (*PIAUI*, nº 16, jan. 2008, p. 24).

Nos perfis dos políticos em *piauí*, há uma evidente escolha por personagens da vida pública que já deixaram os cargos: dois ex-presidentes (Itamar Franco e Fernando Henrique Cardoso) e um ex-ministro (José Dirceu). Essa opção parece-nos mais um sinal dessa tentativa de tirar as máscaras do teatro político. Os políticos que estão na ativa – ocupando cargos públicos – representam um compromisso com o poder relativizado nas figuras que já o deixaram. Esse distanciamento ilumina o próprio entendimento do poder presente. Ao mostrar o ex-presidente Fernando Henrique Cardoso andando pelo mundo e a rotina do ex-ministro José Dirceu, o pano de fundo é a história brasileira mais recente, de um ponto de vista que a mídia tradicional não aborda porque está limitada ao noticiário factual. Os ensaios fotográficos flagrando os bastidores do Congresso e os textos descritivos nos perfis daqueles que já deixaram o poder se complementam nessa tentativa presente em *piauí* de se reinventar a notícia. Enquanto os jornalistas cobrem o Congresso para extrair falas dos políticos (as novidades na denúncia do *mensalão*), a revista mostra as imagens, silencia as palavras e busca o discurso dos ausentes – o outro, nas relações de poder. Há, aqui, um paralelo enquanto estratégia em relação ao culto às celebridades presentes na grande imprensa e ausentes nas páginas de *piauí*, que prefere dar lugar às pessoas comuns: o ascensorista de

⁴¹ Por se tratar de texto eletrônico, a referência não possui página.

elevador, a operária da fábrica de calcinhas, conforme analisamos anteriormente. *piauí* inscreve uma mudança de ponto de vista.

Esse novo lugar em *piauí* leva-nos a uma reflexão sobre os valores discursivos por detrás da figura do editor da revista, o cineasta João Moreira Salles, autor de documentários cujos temas são a realidade social e política brasileira. Em *Notícias de uma guerra particular*⁴², Salles tratou da violência nos morros cariocas, motivada pelo tráfico de drogas, numa perspectiva de pluralidade de visões: o policial assassino, o delegado humanista, o menor que trabalha no tráfico. Outro trabalho de destaque do cineasta é a rotina da campanha da primeira eleição de Lula pelo ângulo dos bastidores. Sua câmara esteve aonde nenhuma outra chegou: na intimidade do candidato, nas relações familiares, registrando as conversas nas viagens de avião, demonstrando, a todo o momento, pequenos fatos por detrás da eleição de um ex-metalúrgico à Presidência da República. A reportagem com Fernando Henrique Cardoso dialoga com o documentário da campanha do Presidente Lula. O cineasta sem câmara se vale da palavra, mas o seu olhar é uma transposição da linguagem cinematográfica (desenvolvida por ele nos documentários) para as páginas da revista. Assim, no momento em que o cineasta se lança ao desafio de criar uma revista, os valores discursivos dos seus trabalhos anteriores constituem uma espécie de carga genética do nascimento da nova publicação. O tratamento que a própria imprensa deu ao surgimento de *piauí* sempre realçava a iniciativa de um documentarista renomado criar uma publicação. Não se trata de entrar no território de qualquer abstração subjetivista, mas de se atentar para os lugares institucionais de onde se fala. É preciso considerar que esse sujeito/cineasta identificado com temáticas brasileiras traz traços de uma pré-construção no discurso da nova revista e *piauí* já nasce, de certa forma, estabelecendo uma relação com as imagens, paradoxalmente escolhendo como enunciado de divulgação o bordão *a revista para quem gosta de ler*⁴³.

Assim, tanto a reportagem feita por João Moreira Salles com o ex- presidente Fernando Henrique, quanto o documentário da campanha eleitoral do Presidente Lula, se esforçam por se aproximar dos homens por detrás dos políticos, dos indivíduos no lugar dos sujeitos, da imagem sem poses. Num mundo em que as imagens podem dissimular tanto quanto as palavras – porque perderam a relação com o referente e estão submetidas hoje a sofisticadas técnicas de montagem –, a utilização da escrita pode suprir essa falta ao tentar descrever a imagem, o que não significa a crença na descrição objetiva da realidade (ela é

⁴² Documentário brasileiro de 1999, produzido pelo cineasta João Moreira Salles e pela produtora Kátia Lund.

⁴³ Uma marca da subjetividade do editor-cineasta é o fato de todas as matérias em *piauí* serem assinadas com uma estrela solitária: marca do Botafogo, o time de João Moreira Salles. Posteriormente, ao discutirmos a noção de brasilidade na revista, analisaremos esse signo da estrela solitária.

impossível, tanto no texto escrito, quanto no enquadramento ou edição das imagens). Ao escolher falar do terno de Fernando Henrique Cardoso ou do topete de Itamar Franco, está se fazendo uma opção ideológica. O que nos parece claro nesses textos descritivos em *piauí* é o esforço por não se prender à retórica, às falas públicas dos políticos, mas tentar apontar as dissimulações, a preocupação dessas personalidades com a auto-imagem, e outros elementos signícos que compõem o discurso.

A forma como a reportagem com José Dirceu reverbera no meio jornalístico põe a nu um empobrecimento da linguagem predominante e, conseqüentemente, das visões de mundo, capazes de justificar o próprio surgimento de *piauí* como uma diferença necessária. Essa condição relaciona-se, como observa Birman (2006), com o excesso de imagens em detrimento da palavra.

A linguagem perde seu poder metafórico, sendo permeada cada vez mais por imagens (...). Vale dizer, a linguagem e o discurso assumem uma feição metonímica e não mais metafórica, em que a metonímia indica um desejo à deriva e sem cortes significativos (BIRMAN, 2006, p. 175).

Para o psicanalista, esse empobrecimento da linguagem seria uma das causas do mal-estar contemporâneo, na medida em que o poder de simbolização da linguagem – fator importante para a saúde mental do indivíduo – se torna mais restrito.

É a partir dessa constatação de imagens banalizadas convivendo com certa insensibilidade em relação às contradições sociais que se configura outra relação interessante nas páginas de *piauí* entre um ensaio fotográfico e os textos. Um exemplo que pode ajudar a avançar na reflexão: a edição número 05, de fevereiro de 2007, lança luz sobre uma temática que perpassa o conteúdo de outras edições da revista e pode se constituir como uma rede de enunciados que permitem identificar algo da formação de comunidade de sentido em *piauí*. Nesse caso, o fio condutor são as formas de arquitetura e urbanismo presentes hoje no planeta e de que maneira a exclusão social está representada nos modos de morar. A primeira reportagem da revista, assinada por João Moreira Salles e Roberto Kaz, intitula-se *Volta ao mundo em 251 m²* e trata do que seria o maior e mais ambicioso lançamento imobiliário do Rio de Janeiro nesse século, no bairro da Barra da Tijuca. Vejamos o relato extraído da fala do corretor que vende o imóvel.

A Barra está sempre inovando. Agora eles estão vindo com o conceito de I-house (i de interative). É uma casa inteligente, você controla sua banheira pelo celular. É sexta-feira, você está na rua estressado, parado no trânsito,

então liga para casa, programa a hora de chegada e tempera a água pelo celular. Se a água está sendo temperada e você não quer que a empregada use a banheira, você habilita a função de reconhecimento da porta por impressão digital. Só você entra na suíte. E se a empregada estiver limpando o banheiro na hora em que o proprietário habilitar a função? Todos os apartamentos são habilitados por câmeras. As imagens são enviadas para o laptop do proprietário. Apertando uma tecla será possível destrancar a doméstica (*PIAUÍ*, nº 5, fev. 2007, p. 09).

Na mesma edição, mais a frente, há uma reportagem intitulada *Sem cavalo na esteira*, que fala sobre o templo do consumo de luxo em São Paulo: a *Daslu*. Reportagem escrita pelo arquiteto Guilherme Wisnik, em que o sujeito/autor se posiciona a todo o momento diante da observação do que seus olhos vêem: “Avistamos também um helicóptero preto pendurado no vazio, gravado com as iniciais da loja. A insinuação é clara: a cidade é uma contingência, deve ser saltada, sobrevoada, subtraída” (*PIAUÍ*, nº 5, fev. 2007, p. 37).

Os dois enunciados – o relato do corretor do imóvel de luxo na Barra e o do arquiteto na *Daslu* – relacionam-se, caminham para um sentido comum. O proprietário de um apartamento no ambicioso projeto urbanístico do Rio de Janeiro desfruta de sua banheira de hidromassagem, tomando cuidado para que o acesso seja vedado “à doméstica”: desumanizada no contexto, tornando-se, assim, mais um objeto utilitário. O sujeito projetado por esse enunciado é aquele que, de dentro de seu confortável carro, não estabelece nenhuma relação com a cidade que atravessa entre o seu escritório e o condomínio fechado. O helicóptero da *Daslu*, para o arquiteto, é um signo da necessidade que os consumidores da loja têm de saltar, subtrair a cidade. É como elemento que reflete esse egoísmo, a cegueira às condições sociais que nos cercam, que os sentidos lançados pelos dois enunciados parecem se encontrar. As imagens da publicidade, dos *outdoors*, se multiplicam. De tanto ver, o homem fica cego ao confronto com o real. Vê mas não olha, conforme afirma Aumont: “O olhar distingue-se da visão porque emana do sujeito perceptivo de modo ativo ou mais ou menos deliberado” (AUMONT, 1995, p. 125).

Outros conteúdos, na mesma edição da revista, vão à busca dessa realidade escondida pelos templos do consumo e pelos prédios luxuosos – como um contraponto a essa visão de mundo das elites que a fala do corretor e a arquitetura da *Daslu* revelam. São textos e imagens sobre os excluídos em várias cidades do mundo. Há um ensaio fotográfico, intitulado *Periferias*, sobre as periferias das grandes cidades: um prédio de luxo ao lado de uma favela no Morumbi em São Paulo, as mudanças de conceito arquitetônico no último conjunto *La cité*, em Paris, e até mesmo uma favela no alto de um edifício no Cairo, como mostra a imagem abaixo:



A massa de concreto com 4 mil apartamentos chegou a ser considerada um modelo de arquitetura moderna. Em 2010, ele poderá seguir o mesmo caminho dos demais – será implodido. *La cité* virou símbolo da estagnação e desumanidade dos subúrbios parisienses. Já em Londres, há um conjunto habitacional construído em novos paradigmas: feito com aço reutilizável e madeira de reflorestamento (*PIAUÍ*, nº 5, fev. 2007, p. 40-41).

Ainda nessa edição, uma longa reportagem intitulada *A megacidade*, assinada por George Packer, mostra as condições de vida na capital da Nigéria, Lagos:

Sob a implacável superfície comercial de Lagos, reside uma espécie de desconforto moral. Em muitas conversas as mazelas físicas da cidade foram descritas em termos éticos, como uma falha de caráter generalizada, que tem origem nos líderes e se espalha por toda a população. Se tudo falhar, o mundo vai sentir o peso de Lagos. Existe uma possibilidade ainda mais desanimadora que o mundo não sinta o peso de Lagos (...). Eles vivem de

Revista *piuí*, nº 05, fev. 2007

restos. Eles são, na linguagem áspera da globalização, supérfluos (*PIAUÍ*, nº 5, fev. 2007, p. 24-25).

Outras edições da revista retomam enunciados que tentam demonstrar como as elites vivem. A reportagem chamada *Como se jogar na balada*, de Daniela Pinheiro, na

edição de abril de 2007, trata da rica diversão da noite paulistana. Ela está numa boate que cobra até R\$ 2 mil por um camarote.

No camarote atrás, um sujeito de uns 40 anos em companhia de quatro mulheres e dois homens estava elétrico (...) do nada se apresentou: “anota aí, eu sou cirurgião vascular. Essa balada é boa demais (...). Eu dou festa para mil pessoas na minha casa no Morumbi. É open-bar. Não é pobreza não” (*PIAUÍ*, nº 07, abr. 2007, p. 37).

Uma colunista social entrevistada na boate dá o sentido de mundo das celebridades: “Existe um milhão de *sites*, revistas de fofocas, colunas sociais, *blogs*. É impossível encher tudo isso com gente famosa. Então, apareceu na televisão, já é *vip* (*PIAUÍ*, nº 07, abr. 2007, p. 38). Esse comportamento ostensivo das elites modernas pode ser pensado também a partir do *kitsch*. Umberto Eco (1988) observa que “às vezes, o *kitsch* está do lado da mensagem, às vezes do lado da intenção de quem frui ou de quem oferece a fruição como produto diverso do que é” (ECO, 1988, p. 125). A reconfiguração de signos nas capas de *piauí* aponta para essa mudança de perspectiva no mundo contemporâneo: o *kitsch* pode estar no comportamento das elites – na medida em que os valores culturais foram substituídos por um hedonismo narcisista – e a vanguarda poder nascer dos excluídos pela força da economia.

Na maior parte das reportagens sobre o mundo dos *vips*, das elites, há poucas fotografias, os textos são longos. Esse aspecto aponta para a direção contrária ao tratamento dado ao assunto nas revistas de celebridades: com fotos que *glamourizam* as situações e demonstram intimidade com os famosos, invadindo o território e se alimentando da privacidade desses artistas, quase sempre de maneira consentida. Numa das seções de *piauí*, denominada *tipos brasileiros* – marcada pela descrição bem humorada de estilos de vida na sociedade brasileira atual – a crítica se torna explícita.

Os estudiosos de nossa cultura, os Câmara Cascudo do terceiro milênio, no entanto, ignoram um novo tipo de brasileiro, que ainda não foi devidamente catalogado, mas é objeto da curiosidade semanal de milhares de pessoas: o famoso de revista (...). Você até pode entender o Piauí mas é impossível entender o Brasil sem o famoso de revista (*PIAUÍ*, nº 13, out. 2007, p. 31)⁴⁴.

Há um esforço deliberado em *piauí* para não criar a intimidade com as celebridades, um distanciamento marcado, sobretudo, pela ausência de fotografias dessas personalidades. A reportagem sobre a cara noite paulistana, *Como se jogar na balada*, traz uma seqüência de pequenas fotos editada no canto esquerdo da página. As fotos têm o mesmo

⁴⁴ Reportagem chamada *O famoso de revista*, assinada por Marcelo Madureira.

enquadramento, o mesmo ângulo, a mesma tomada e os mesmos tamanhos de plano (nunca vemos o corpo inteiro da jovem), mas a luz é diferente em cada foto e o foco permanece sempre na figura da mulher, cuja única ação é se exibir para a câmara. O tom irônico da reportagem e as fotos buscam revelar a frivolidade desse universo que se alimenta das celebridades.



Revista *piauí*, nº 07, abr. 2007

Nos enunciados que tratam das populações excluídas nas grandes cidades há, ao contrário, um equilíbrio entre imagens e textos verbais. O ensaio fotográfico mostra as aglomerações humanas em várias cidades do mundo, a reportagem sobre Lagos também tem um texto longo, composto com uma foto colorida. Há o esforço de mostrar imagens para as quais estamos cegos. Temos aqui um diferencial da revista. Ao mostrar as contradições sociais, os excluídos, *piauí* utiliza o recurso das imagens. Quando se atém nos relatos da elite, como já foi dito, usa com parcimônia o suporte fotográfico, banalizado em grande parte pelas outras publicações.

A revista quer mostrar o que os olhos da elite (que são também os olhos das publicações que vivem do mundo das celebridades) querem evitar. Imagens que mentem, subjetividades cegas ao outro, dilemas da vida moderna. De um lado, a cegueira aos excluídos da globalização, de outro, o convívio crescente com os simulacros. Para Baudrillard (1994), o simulacro é o processo através do qual uma representação ou uma imagem toma o lugar do objeto real que ele deve representar. Nesse processo, o desejo se desloca da realidade para a representação, tomada como real.

A obscenidade de nossa cultura se encontra nessa confusão do desejo e do seu equivalente materializado na imagem – não apenas do desejo sexual, mas também do desejo de saber e seu equivalente materializado na informação, do desejo de sonho e do seu equivalente materializado em todas as disneylândias do mundo (...). É essa promiscuidade e essa ubiqüidade das imagens, essa contaminação virulenta das coisas pelas imagens, que constituem a característica fatal de nossa cultura (BAUDRILLARD, 1989, p. 140).

No filme de 1994, *O céu de Lisboa*, o diretor alemão Wim Wenders demonstra essa crise da imagem como um fenômeno historicamente recente. O enredo fala de um cineasta que coloca uma máquina automática nas costas para gravar as imagens. Era a única maneira, acreditava ele, de se evitar a separação entre imagem e objeto, já que era o olho do cineasta quem provocava a divisão. Quando o técnico de som quer entender sua atitude, já no encerramento do filme, o diretor afirma: “Imagens... não são como antes. Elas não são mais confiáveis. Quando éramos jovens, as imagens contavam histórias e mostravam coisas, agora vendem histórias e coisas”.

O técnico de som, interpretado pelo ator alemão Rudiger Vogler, inspirado pelas leituras do poeta Fernando Pessoa e pela música e poesia do grupo *Madredeus*, sintetiza a solução para o impasse criativo do cineasta: “é preciso filmar com o coração”.

Há, por assim dizer, a consciência no projeto editorial de *piauí* desse grande teatro das imagens e um esforço por revelá-lo: seja no ensaio fotográfico, que flagra os políticos em momentos de descuido da vigilância, seja abandonando as imagens das celebridades, seja mostrando o que o olhar das elites não vêem. Essa desconstrução encontra eco em revistas que analisam o comportamento da imprensa, como no relato que segue, publicado na revista *Imprensa*:

O castelo de *Caras*, na França, alia o que há de melhor no imaginário coletivo: celebridades, casacos, uma garrafa de *Bordeaux* e uma paisagem deslumbrante. Ano após ano a cena se repete. Mudam apenas as celebridades convidadas. O que muitos leitores sequer imaginam é que a estadia cheia de brilho é muito mais uma encenação que um fato, para dizer o mínimo. O castelo de *Caras*, na verdade, não pertence à revista. Ele é alugado por três publicações – *Caras*, *Hola* e *Hello* – para seções de fotografia. No castelo, que pertence a famílias nobres falidas, só existe um ambiente habitável, que é a sala de jantar. Os sofás são furados e cobertos com panos. E os ratos frequentam a região. “Quem conta essa história é uma ex-jornalista da editora que prefere não se identificar (*IMPRENSA*, nº 225, jul. 2007, p. 24).

As palavras restituem o sentido, migram de uma formação discursiva de culto às celebridades para outra de resistência a essa ordem. As imagens vão nessa corrente, tentam enquadrar outra aparência por detrás das aparências. Jogo de discurso e poder na sociedade contemporânea. Vista de uma perspectiva histórica, desde o surgimento da fotografia, há uma migração da imagem espiritual presente na pintura clássica para a imagem visual. A perda transcendente da imagem na obra de arte – já descrita por Walter Benjamin (1990) – na época de sua reprodutibilidade técnica.

É silenciando um pouco o fluxo das imagens que *a revista para quem gosta de ler*, criada por um cineasta, restitui à própria imagem seu valor. Só nesse contexto a fotografia poderá acrescentar verdade aos fatos nus. Não por acaso se diz que uma foto é revelada: procedimento cada vez mais raro com a tecnologia de digitalização das imagens.

Nessa busca pelos sentidos, o descanso dos textos nas páginas de *piauí* também se faz através das poesias, o campo do imaginário: faculdade criativa produtora de imagens interiores eventualmente exteriorizáveis. Da poesia, se diz o encontro de um pensamento com uma imagem. Em um texto publicado em 1989, por Nelson Peixoto Brissac, sobre os fotógrafos europeus e americanos que viviam nos EUA nas décadas de 30, há uma reflexão sobre a insuficiência da imagem diante da poesia: “Pode a imagem na sua desesperançada aspiração a retratar as coisas no correr do tempo e a imensidão do espaço, evidenciar essa enorme certeza – e até hoje reconhecida apenas à poesia – que é a presença do ser?” (BRISSAC, 1989, p. 187).

A poesia, dispersa nas páginas de *piauí*, preenche o sentido aberto pelas faltas: de um lado, a banalização das imagens em que o simulacro, por vezes, ocupa o lugar do real, de outro, a perda do poder metafórico, de simbolização da linguagem. Dois lados de uma mesma moeda, gerando um vazio a ser ocupado pela experiência poética. A *Carta de intenções* de *piauí* faz referência ao espaço da poesia na revista:

Para dar conta de situações que estão além do poder da narrativa jornalística, *piauí* publicará ficção (...). Publicará também poesia. Sim, com a devida moderação, até poemas, aquelas linhas curtas que expressam iluminações (*CARTA DE INTENÇÕES*)⁴⁵.

A falta é constitutiva da linguagem na sua ambição de dar sentido ao real e o sonho de todo fazer poético é ser o próprio sentido. Pêcheux, ao pensar a ampliação dos limites lingüísticos tradicionais na obra *Semântica e discurso*, observou que a língua é um instrumento de comunicação, mas não é a comunicação (PÊCHEUX, 1988, p. 92). A poesia é o lugar em que a separação entre as palavras e as coisas se estreita, podendo até desaparecer, conforme demonstra Octávio Paz (1996). Para o pensador mexicano, na poesia, o nome e o nomeado são a mesma coisa. A poesia não produz o sem sentido, mas sim algo que é indizível e inexplicável fora do espaço do poema.

Octávio Paz (1996) demonstra, ainda, que enquanto na prosa há um domínio do pensamento sobre as palavras na medida em que se lida com conceitos, na poesia, há um

⁴⁵ Material em anexo.

triunfo da imagem sobre o conceito, da analogia sobre o pensamento lógico. Poesia é ritmo, e a linguagem, lembra-nos o autor, nasce do ritmo. O dizer poético, ao dizer o indizível, faz com que “o sentido do poema seja o próprio poema” (PAZ, 1996, p. 48). Assim, a poesia não é representação, mas apresentação. “A poesia coloca o homem fora de si e, simultaneamente, o faz regressar ao seu ser original: volta-o para si (...), a poesia é entrar no ser” (PAZ, 1996, p. 50).

A opção editorial de colocar fragmentos poéticos recortando os textos – no lugar convencionalmente dedicado às imagens – é uma pequena respiração, se diria, iluminação, uma entrada no ser como diferencial da prática de leitura engendrada em *piauí*. A imagem poética no lugar da imagem fotográfica faz o leitor penetrar no sentido em si do poema e voltar aos textos jornalísticos transformado. Na possibilidade de folhear a revista sem ler os longos textos jornalísticos, o leitor projetado pode ainda ser fisgado pelo sentido poético, num processo análogo ao do leitor de uma revista informativa semanal como *Veja*, ao ser fisgado por uma imagem que produz um entendimento do texto, dispensando a leitura. Esse lugar outro da poesia, entretanto, produz no leitor a volta ao seu interior e modifica, como veremos, a leitura, num processo inverso ao suscitado pela imagem, que informa sem a decodificação do texto em sua totalidade.

Esse procedimento pode ficar mais claro se tomarmos como exemplo dois poemas que ilustram o já referido perfil do ex-presidente Fernando Henrique Cardoso. Partimos do princípio de que não há gratuidade na edição dos poemas nas páginas da revista. O editor, ao escolher colocar os poemas em espaços abertos em um ou outro texto, pensa na produção de sentidos que suas opções podem gerar. Há, portanto, uma relação entre o poema e o texto na diagramação de uma mesma página. Assim, o primeiro poema, de Carpinejar, trata, justamente, da política.

Oportunista (ou Chamfort)
(Fabrício Carpinejar)

*O fim ainda é um meio.
O político vê em seu cadafalso
mais uma chance de subir ao palco.*

(*PIAUI*, nº 11, ago. 2007, p. 32)

Não há como dissociar o poema da análise sobre a preocupação dos políticos com a auto-imagem, revelada, por exemplo, na decisão do ex-presidente de colocar o paletó para a foto, conforme analisamos anteriormente.

O segundo poema de Carpinejar, publicado no mesmo perfil do ex-presidente, permite uma maior inscrição da subjetividade do leitor, por tratar de um tema comum a todos: o envelhecimento.

Ponto Fraco
(Fabrício Carpinejar)

*Existe um único jeito de me envelhecer,
um único e irremediável.*

*Nenhuma perda em especial
me fará envelhecer.*

*Nenhuma dor em particular.
Nenhuma morte, eu me arriscaria a dizer.*

*Não será a barba grisalha, o tédio,
a dificuldade de subir a escada.
Não serão os ombros caídos,
o lápis sem ponta e os óculos
que enterro na cabeça para nunca mais.*

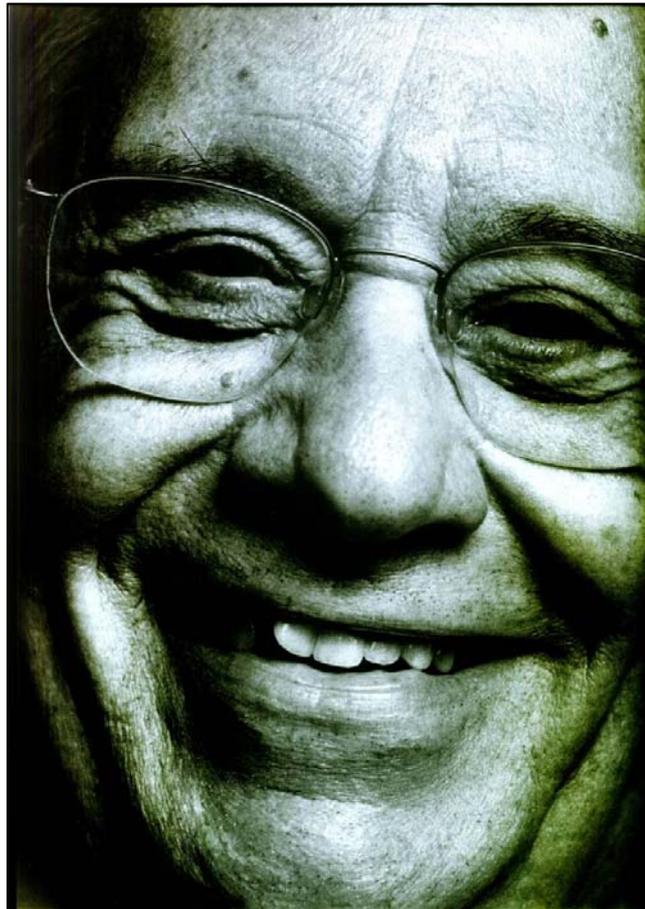
*O definitivo jeito de me envelhecer
é corrigir meus dentes.*

*Os dentes tortos
são minha infância.*

(PIAUÍ, nº 11, ago. 2007, p. 29)

No perfil do ex-presidente, há uma foto do rosto em preto e branco num plano fechado, revelando um sorriso. Na interpretação desse conjunto de elementos – o poema, a foto do ex-presidente e a reportagem sobre ele –, o leitor pode pensar no próprio envelhecimento, no envelhecimento do poeta, ou associá-lo ao perfil de Fernando Henrique Cardoso. Se, ao invés de se deter na leitura do texto sobre o perfil de Fernando Henrique, o leitor folhear a revista, observar a foto e ler apenas o poema, pode ocorrer uma reação diferente. O movimento de entrar em si, pensar no próprio envelhecimento, mirar a foto – o envelhecimento do ex-presidente – pode convidá-lo à leitura integral do texto, buscar o sentido dessas relações que o atormentam na medida em que o poema deslocou o sentido para uma entrada em seu próprio ser a partir de um tema que pode inquietá-lo: o envelhecimento. Dessa forma, o poema cumpre uma relação diferenciada se comparado ao que ocorre com a imagem. Enquanto a última – amparada pelas legendas e outros recursos editoriais – tenta produzir no leitor uma relação de entendimento, dispensando a leitura total do texto, o

deslocamento provocado pelo convite à experiência poética nas páginas da revista pode, ao contrário, estimular o leitor a ponto de fazê-lo se deter no texto em prosa, ou seja, a reportagem sobre Fernando Henrique Cardoso. Se, como vimos, o excesso de imagens leva ao mal-estar pela perda do poder de simbolização da linguagem, sentimento que se traduz em passividade (o não questionamento, a escolha pela facilidade dos textos multi-modais), o poema gera outro movimento: inquietação, entrar em si e se voltar para o mundo a partir de si. É uma recuperação da subjetividade para, a partir dela, interagir com os textos.



Revista *piauí*, nº 11, ago. 2007

Um segundo exemplo está na edição número 7 de *piauí*, a reportagem *Voluntário número 13* trata do relato de um repórter que se submeteu como cobaia a um experimento numa universidade espanhola para verificar os efeitos do *ayhahuasca*: planta medicinal alucinógena cultivada na Amazônia e usada com fins místicos em comunidades em todo o mundo (*PIAUI*, nº 7, abr. 2007). Os poemas que ilustram a reportagem são de Ferreira Gullar:

Repouso
(Ferreira Gullar)

pouso o rosto
na mesa

que alívio
ser apenas o tato

só o
macio
contato

o corpo
corpo
defeso
dos esplendores
da vida

(PIAUÍ, nº 7, abr. 2007, p. 48)

No texto da reportagem, os efeitos da planta no jovem brasileiro: “Devagarinho, uma moleza sobe pela espinha. A fala fica débil. A audição parece o mais agudo dos sentidos. Conforme o corpo relaxa, é difícil encontrar uma posição confortável” (PIAUÍ, nº 7, abr. 2007, p. 46).

A leitura do poema dialoga com o texto na medida em que os efeitos da droga se fazem sentir no corpo. A experiência poética – que se dá a cada leitura do poema – faz pensar no próprio corpo e remete ao contexto da reportagem: o corpo cobaia de um brasileiro a serviço da indústria médica.

Na data marcada para buscar meu cheque, conheço Jordi Ribas, o coordenador do projeto (...). O objetivo específico da pesquisa que participei, diz ele, é descobrir se, depois de tomar a segunda dose de *ayahuasca*, os efeitos são mais fortes ou mais fracos. Ou seja, se o fármaco causa ou não tolerância. Não há pretensão em averiguar um possível uso terapêutico (PIAUÍ, nº 7, abr. 2007, p. 48).

Os exemplos analisados permitem dizer que a relação de *piauí* com a imagem poética tem a finalidade de trazer a subjetividade para a prática de leitura, de buscar um leitor mais presente. Só dessa forma ele pode responder melhor à leitura, se ater ao conteúdo dos textos, observar as imagens valorizadas pela raridade, ter maior clareza em relação ao real e simulacros. Assim, esse lugar da poesia numa publicação como *piauí* remete também à busca

por uma essência perdida – um tempo em que as imagens contavam histórias, como lembra o saudosista cineasta alter-ego de Win Wenders. A irrupção de *piauí* não é, entretanto, um lugar de saudosismo, mas um esforço pelo despertar de algo deixado à margem e que o mal-estar contemporâneo faz aflorar como uma necessidade de mudança, a memória de um jeito de viver que se relaciona com a experiência brasileira, conforme pretendemos demonstrar no capítulo que segue. Nessa perspectiva, a poesia é um feixe de luz entre notícias e imagens, presença do ser entre simulacros.

CAPÍTULO 4

TRAJETOS DE MEMÓRIA EM *PIAUI*: EM BUSCA DAS FORMAÇÕES DISCURSIVAS PERDIDAS

Numa tentativa de demarcar o lugar a partir do qual a nova revista faz circular seu discurso inicial, encontramos elementos variados: a crítica à linguagem, à temática e ao modo de trabalho da grande imprensa, a referência à memória de revistas marcadas por reportagens mais elaboradas, senso de humor, o lugar do idealizador da nova publicação – que substitui seu papel de sujeito-cineasta por sujeito-publisher, e, como tal, transfere discursos de reflexão sobre a realidade brasileira das telas para o papel –, o primado da leitura e a relação diferenciada com as imagens. *piuí* almeja – a partir dessas características – diferenciar-se de um tipo de discurso que não dá conta da dinâmica social dos dias atuais. A *Carta de intenções* da revista remete à noção de formação discursiva conforme a concebeu Michel Foucault (2004), sobretudo quando se diz que *piuí* mostrará o “enredo do que parecia desconexo e fragmentário” (*CARTA DE INTENÇÕES*)⁴⁶. Não é essa, afinal, a busca dos estudos do discurso sob o ponto de vista da AD? É nessa intenção de organizar a desconexão, criando um enredo possível, que nos interessa pensar a revista. Como toda revista ou jornal, *piuí* almeja ser um espaço de organização de certa unidade de discurso que está, de acordo com Foucault, não na coerência dos conceitos, mas no espaço onde vários objetos se perfilam, se transformam, num jogo de aparecimentos e deduções.

Nessa trajetória, nossa análise tem privilegiado, até agora, um olhar sobre o intradiscurso. Não se trata de considerar o intradiscurso e o interdiscurso em separado, negando a relação de complementaridade entre as duas instâncias, mas de como procuramos demarcar as diferenças entre *piuí* e outras publicações contemporâneas, realçando a irrupção do diferente, o rompimento com os cânones estabelecidos, traços presentes no intradiscurso, conforme aponta Eni Orlandi:

O interdiscurso é do nível da constituição do discurso (...). É a instanciamento do enunciado (o mesmo). O intradiscurso, por sua vez, é a formulação do enunciado (o diferente). Se pelo intradiscurso temos que o sujeito intervém no repetível, no entanto é o interdiscurso que regula os deslocamentos das fronteiras da formação discursiva, incorporando os elementos pré-construídos (efeito do já dito) (ORLANDI, 2007, p. 88).

⁴⁶ Material em anexo.

Collinot e Mazière (1994) chamam a atenção para a dificuldade de tratar os fenômenos discursivos não-identificáveis na superfície do texto – “traços apagados de um outro discurso, não-ditos mas inscritos no interior do discurso que se sustenta” (COLLINOT; MAZIÈRE, 1994, p. 185) – e propõem a deslinearização do texto, uma reconfiguração em desníveis enunciativos dentro da heterogeneidade dos discursos. Nosso desafio, neste capítulo final, é partir da materialidade discursiva para buscar as marcas de memória nos enunciados e identificar, nessas marcas, regularidades interdiscursivas que ajudariam a entender a fundamentação editorial da nova revista.

Em capítulos anteriores, apontamos que *piauí* constitui sua identidade pela negação de outros modelos: as formações discursivas de parte da mídia, sobretudo das revistas de celebridades ou as semanais como *Veja*. Nessa relação, os traços negativos não são, necessariamente, desse outro, mas sim características que o próprio discurso atribui ao outro. É necessário, uma vez mais, recorrer à *Carta de intenções* de *piauí* para buscar essa construção do outro como simulacro no discurso da nova revista:

[*piauí* será] para quem gosta de histórias com começo, meio e fim. *piauí* partirá sempre da vida concreta, da experiência vivida, do testemunho, da narrativa – e não do Google. (...). Levará em conta que a informação vem antes do comentário e que a opinião precisa dos fatos. (...). Só não valem reportagens sobre dietas e reforma da Previdência, que ninguém agüenta mais. (...). A revista não será ranzinza nem chata. Sisudez não é sinônimo de seriedade (*CARTA DE INTENÇÕES*)⁴⁷.

Nessa seqüência de enunciados, há uma referência clara ao modo como *piauí* toma o discurso dominante na mídia, há uma série de valorações cujo sentido aponta para a diferença trazida pela irrupção da nova revista do ponto de vista do discurso da própria publicação sobre suas concorrentes.

É pelo entendimento dessa relação dialógica com seus outros que nos aproximamos das formações discursivas presentes em *piauí* e, por extensão, de um olhar para o interdiscurso no nosso *corpus*. Se tomarmos uma breve contextualização histórica do conceito, verificaremos que todos que pensaram a noção de FD a entendem como um campo de heterogeneidade⁴⁸. Roberto Baronas (2007) identifica uma paternidade partilhada no conceito de formação discursiva entre Pêcheux e Foucault, embora haja, historicamente, como já vimos, uma divergência na noção de FD em um e em outro autor. Enquanto no primeiro

⁴⁷ Material em anexo.

⁴⁸ A esse respeito, consultar: BARONAS Roberto. (Org.). **Análise do Discurso**: apontamentos para uma história da noção-conceito de formação discursiva. São Carlos: Pedro & João Editores, 2007.

momento da AD, Pêcheux se identifica com o Marxismo, via Althusser, Foucault se afasta dessa vertente. A partir das revisões teóricas feitas por Pêcheux, os dois autores se encontram, conforme análise de Gregolin (2006), na noção de heterogeneidade. É Pêcheux quem se aproxima do pensamento foucaultiano, já que, desde a primeira referência ao conceito, em *Arqueologia do Saber* (2004), Foucault vai tratar as formações discursivas no campo do domínio associado, na interação com outras formulações que ela refuta, transforma, nega, já concebendo o conceito, portanto, com a marca da heterogeneidade.

Na década de 80, o conceito de formação discursiva foi “abandonado” por teóricos na França, “nem sempre por razões muito claras”, como observa Baronas (2007, p. 169). Mas, até onde se pode perceber, o motivo do “abandono” estaria nas relações conflituosas de Foucault com o Marxismo, ou, ainda, no fato de que alguns consideravam a formação discursiva como um conceito taxionômico. No entanto, acreditamos ser possível a aplicação desse referencial teórico numa perspectiva não taxionômica, sobretudo se considerarmos, na análise, a heterogeneidade como marca constitutiva de uma FD, entendida, portanto, como uma unidade dividida com seus sistemas de dispersão, conforme aponta Courtine (1981). É dessa perspectiva que utilizamos o conceito de FD nesse trabalho, e o julgamos apropriado para se pensar as relações presentes no interdiscurso em *piauí*. Portanto, para esse fim, assim como propõe Courtine (1981), tomamos as FD’s como fronteiras que se deslocam, cujo movimento é impulsionado pela memória discursiva, o campo do pré-construído.

Assim, nosso esforço nas páginas seguintes é para localizar as formações discursivas que perpassam *piauí*, utilizando, para isso, breves comparações com outras publicações com as quais a nova revista estabelece algum tipo de relação. Dessa forma, acreditamos ser possível aplicar o conceito de FD de uma perspectiva heterogênea, tentando demarcar as particularidades da nova revista em relação a algumas das principais formações discursivas presentes hoje no jornalismo brasileiro. Na relação com a mídia contemporânea, vamos procurar avançar nas diferenças entre *piauí*, *Veja* e *Caros Amigos*. A escolha desses veículos como o outro discursivo da nova revista se deve ao fato de que *Veja* é a publicação semanal mais conhecida no país e teria, no nosso entendimento, os “defeitos” atribuídos pela *Carta de intenções* de *piauí* ao jornalismo brasileiro. Nesse sentido, a *Veja* representaria, de certa forma, o que a nova revista não quer ser. *Caros Amigos*, como já dissemos, instaura o movimento discursivo que tornou possível a irrupção de *piauí*, ao trazer a memória dos anos 60 para o jogo discursivo contemporâneo.

Na busca da memória presente nas relações interdiscursivas, nossa análise vai privilegiar *O Pasquim*. Parece-nos flagrante o esforço dos editores de *piauí* em ser uma espécie de *O Pasquim* dos tempos modernos. Não que isso se dê na forma de uma reprodução dos modelos antigos, mas se dá na busca por se constituir como um território imaginário de reflexão crítica sobre a vida contemporânea tendo como centro as questões brasileiras, papel desempenhado pelo semanário carioca nos anos 60. A busca por *O Pasquim* em *piauí* nos possibilita trazer algumas questões da história recente do país, sobretudo em relação aos diferentes discursos de esquerda que circulavam na sociedade nos anos anteriores e durante a Ditadura Militar. Nesse contexto, nos interessa a relação estabelecida entre os arquivos da contracultura e dos grupos mais ortodoxos de base marxista. A movimentação dessas formações discursivas tem marcado a vida nacional e irrompe em diferentes momentos históricos – nas décadas de 60 e 70 – e também no período que coincide com o final do ciclo militar. A presença desse interdiscurso em *piauí* é mais um movimento dessa formação discursiva, trazendo novas questões sobre as quais procuraremos refletir. Vamos começar por um mapeamento da presença desse interdiscurso no nosso *corpus*.

Se retomarmos o conceito de pré-construído conforme o formula Pêcheux (1988), vamos entendê-lo como aquela dimensão sobre a qual o discurso se apóia, o já-lá, que poderia ser tomado como o traço do interdiscurso no intradiscurso. Algumas marcas textuais e imagéticas presentes na revista demonstram que se parte de um pré-construído: o pensamento libertário dos anos 60 tanto no aspecto político quanto no aspecto comportamental, fronteiras que se confundem. “Um neo-existencialismo não pressentido na época convencia aquela juventude a rejeitar uma secular esquizofrenia cultural que separava política e existência, arte e vida, teoria e prática, discurso e ação, pensamento e obra” (VENTURA, 1988, p. 22).

São facilmente observáveis, em *piauí*, as recorrências relativas à memória dos anos 60, muitas ocupam o lugar privilegiado da capa da publicação. Gostaríamos de chamar atenção, num primeiro momento, para as constantes citações imagéticas e textuais da figura do guerrilheiro Che Guevara. Assim, das doze primeiras capas da revista, pelo menos três trazem signos que evocam o guerrilheiro argentino: as edições número 01 (out. 2006), número 02 (nov. 2006) e número 13 (out. 2007). A primeira edição da revista, como já vimos, traz um pingüim de geladeira que veste a famosa boina de Che Guevara. O mesmo pingüim guerrilheiro é reproduzido na edição número 13, fechando o ciclo de um ano da publicação. E, além disso, o pingüim reaparece, ainda, na edição de número 25, comemorativa dos dois anos da revista.

Outra imagem emblemática é a já comentada figura de Che Guevara usando a camiseta de Bart Simpson, capa da segunda edição de *PIAUÍ*. Há, nos exemplos mencionados, uma reconfiguração dos signos alusivos à figura de Che Guevara: a boina sai da cabeça do guerrilheiro para a cabeça pingüim; e na imagem da camiseta, há uma inversão da expectativa: o previsível seria Bart usar a estampa de Che Guevara. Essa reconfiguração aponta para a ironia do guerrilheiro ter se transformado num artigo de consumo na sociedade contemporânea, tornar-se peça decorativa, similar ao pingüim na geladeira. Esse sentido se amplia à luz das referências textuais a Che Guevara em reportagens e ensaios na revista. Na edição de número 12, em reportagem intitulada *O morto e o vivo*, o repórter Douglas Duarte descreve a morte do guerrilheiro:

Che Guevara olhou para cima enquanto um oficial boliviano, agachado a pouco mais de 1 metro, fez aquela que seria sua última foto vivo. (...) Mario Terán Salazar, entrou. Tinha na mão um fuzil de repetição M-2. Che se pôs de pé. Terán engatilhou então a arma e disparou uma rajada curta. Oito tiros. Pelo menos três cruzaram os pulmões de Guevara, enchendo-os de sangue, e se alojaram na parede, abrindo nela rombos do tamanho de punhos (*PIAUÍ*, nº 12, set. 2007, p. 37).

O trecho acima faz parte de uma reportagem cuja proposta é iluminar fatos históricos relacionados à esquerda latino-americana, mostrando que o assassino de Che Guevara ainda vive. O repórter relata suas tentativas de entrevistar o ex-oficial responsável pela morte do guerrilheiro.

Embora não tenham sido exatamente amigáveis, nenhum dos dois encontros com Terán terminou em vassouradas. (...). Ele estaria temeroso pela vida com a chegada de Evo Morales à presidência. Um historiador boliviano contou que ex-agentes da CIA faziam festas a cada cinco anos para comemorar a morte de Che e outro me garantiu que Terán tinha lugar de destaque nelas, apesar de não gostar do papel (*PIAUÍ*, nº 12, set. 2007, p. 40).

Numa outra edição, a referência à figura de Che é feita de uma perspectiva crítica em relação aos movimentos libertários dos anos 60 na Europa e à permanência da figura de Che no imaginário de gerações futuras⁴⁹.

Os anos 60 foram, de fato, uma década de feitos extraordinários para a Europa moderna, mas nem tudo que na época parecia importante deixou a sua marca na História. O impulso iconoclasta e autocomplacente –

⁴⁹ Reportagem chamada *O espectro da revolução*, assinada por Tony Judt.

observado da moda às idéias – logo se tornou datado. (...). É preciso não se deixar engambelar pela extraordinária pós-vida como mártir de Che Guevara, de sua imagem de pôster cristianizado para adolescentes ocidentais insatisfeitos: os anos 60 na Europa foram eurocêntricos do começo ao fim. (...). Os novos modismos se voltavam para os jovens mais abastados, os filhos da classe média branca européia, que podiam comprar discos, ingressos para concertos, sapatos, roupas, maquiagem, e pagar o cabeleireiro. (...). A peculiaridade da época talvez estivesse no fato de o estilo ser substituto direto do conteúdo (*PIAUÍ*, nº 08, maio 2007, p. 49-51).

Todas essas referências imagéticas ou verbais a Che Guevara são tentativas de entender a “extraordinária pós-vida” da figura do guerrilheiro, transformado no mundo contemporâneo em imagem idolatrada pelos jovens que, talvez, pouco saibam de fatos históricos, como, por exemplo, a existência de Mário Téran Salazar. Esse sentido se potencializa na emblemática capa de Che com a camiseta de Bart Simpson. Há algo além da inversão da expectativa apontada há pouco; ocorre, de fato, uma mudança de perspectiva. Che deixa sua clássica posição de imagem “cristianizada” para outra configuração, passa de objeto (estampado em camisetas pelo mundo) a sujeito (aquele que escolhe a estampa de sua camiseta). É um traço figurativo do pré-construído em *piauí*. Mais do que recuperar a biografia do homem em meio ao mito, a proposta é olhar com distância histórica para esse passado e, ao mesmo tempo, recolher nele referências para entender um presente de “perplexidade”, como anuncia a *Carta de intenções* da revista. O movimento do interdiscurso a partir desse conjunto de elementos relacionados a Che Guevara é, portanto, o de restituir aos valores libertários dos anos 60 uma posição enunciativa para, a partir deles, olhar o presente.

A imagem de Che usando a camiseta de Bart é uma representação figurativa do movimento do interdiscurso deslocando as fronteiras da formação discursiva em *piauí*. O guerrilheiro morto (o passado) renasce, ocupa uma posição discursiva e “veste a camisa” de um produto contemporâneo da indústria americana de entretenimento: um desenho animado que ironiza os hábitos da classe média do país. O humor de Bart é, a seu modo, resistência: expõe as fragilidades do estilo de vida americana, e se tornou um produto lucrativo na rica indústria de entretenimento. É oportuno lembrar o trecho da *Carta de intenções* em que se aponta a busca por “achar novidades no que, por esquecido, parece velho ou ultrapassado” (*CARTA DE INTENÇÕES*)⁵⁰. O sentido possível para essa imagem provocativa é o de que a revolução não venceu e nos legou um estilo de vida nada virtuoso, longe da sociedade da autonomia de que nos fala Castoriades (1982). Bart é um pai de família, por vezes,

⁵⁰ Material em anexo.

inescrupuloso, na sua (nossa) mediocridade consumista, na luta pela sobrevivência. É um espelho do estilo de vida da classe média na sociedade capitalista marcada pelo conformismo.

Há, entretanto, algo além da provocação sugerida pela figura, principalmente se a analisarmos a partir de outros enunciados presentes em *piauí*: ela remete, como veremos, a uma histórica relação conflituosa entre setores da esquerda no Brasil e a cultura difundida pelos meios de comunicação de massa, ali representada pela imagem de Bart Simpson. Esse conflito se origina nos anos 60 e tem suas raízes na dicotomia entre a busca pela revolução proletária – de base marxista – e a sedução da cultura de massa, principalmente dos valores da contracultura, simbolizados, sobretudo, pela difusão do rock. É necessário buscar outras marcas interdiscursivas em *piauí* para entendermos melhor a presença desse pré-construído: são as referências às mudanças culturais e comportamentais, o conjunto de valores que se denomina contracultura, o ideário hippie cujo pensamento estabelecia, prioritariamente, a transformação individual em oposição aos movimentos políticos de base marxista representados pela figura de Che.

Um dos principais canais de difusão dos valores contraculturais foi o jovem rock inglês da década de 60. Em *piauí*, são freqüentes as referências a esse universo. O impacto dos 40 anos do clássico *Sargent Peppers e Lonely hearts club band*, de Os Beatles, foi lembrado no ensaio de André Singer – *Rock e adjacências: crítica e auto-crítica em Sgt, Pepper* – numa perspectiva de reflexão sobre os valores humanitários presentes no movimento.

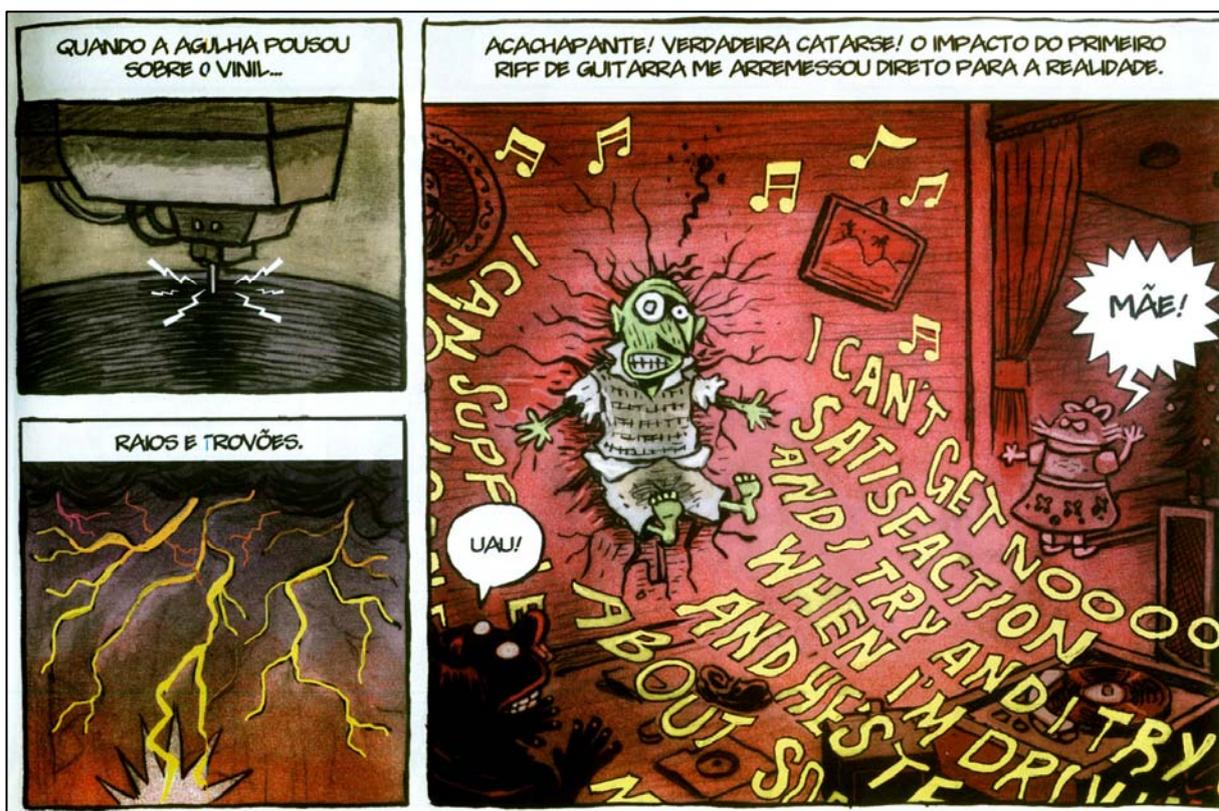
Lançado em 2 de junho nos Estados Unidos, quando estava para começar o “verão do amor” californiano, o long-play chega aos 40 anos ainda com força para aquecer o mais renitente dos corações solitários. (...). Harrison faz comentários inspirados pela filosofia indiana sobre as ansiedades postas em “Lucy” e “She’s leaving home”. (...). Envolvidos na competição para ganhar o universo material, os indivíduos perdem o mundo interior e, com ele, a noção de que são parte de um todo (*PIAUÍ*, nº 09, jun. 2007, p. 58-60).

Os Beatles merecem uma nova referência⁵¹:

Nessas três décadas, o mundo virou do avesso. Acabou a guerra fria, o regime militar, a paz no Leblon. Sérgio Dourado faliu, Star Wars cansou, Joey Ramone morreu. Foi-se tudo e mais um pouco. Mas os garotos ainda estão lá, falando dos Beatles (*PIAUÍ*, nº 03, dez. 2006, p. 62).

⁵¹ Reportagem intitulada *Beatles*, de Marcelo O. Dantas.

O cartunista Angeli descreve, numa seqüência de quadrinhos, como a audição da música *Satisfaction*, dos Rolling Stones, mudou sua vida ainda nos anos 60. É um relato autobiográfico em que o autor vai pontuando várias fases de sua existência – da experiência hippie à era digital –, sempre a relacionando à música dos Stones. A história de Angeli é outro indício da relação interdiscursiva da revista com os anos 60 e dessa posição conflituosa entre a esquerda de base marxista e a contracultura, que deixou marcas na vida brasileira e a partir da qual *piauí* retoma um fio discursivo. No trecho abaixo, o autor descreve o primeiro impacto da audição da música.



Revista *piauí*, nº 02, nov. 2006

No final da história, o cartunista se angustia com a falta de materialidade da música nos tempos digitais e permanece apegado ao seu velho vinil. O filho tenta convencê-lo a adotar os hábitos modernos e o cartunista resiste. A narrativa de Angeli, sintetizada no enunciado “Homem que é homem carrega sua história com as próprias mãos”, (*PIAUI*, nº 02, nov. 2006, p. 59), se relaciona com o sentido da resistência presente em *piauí*. Da mesma forma como o cartunista se esquia do mundo digital, a revista é o lugar da resistência a certo estilo de vida moderno. O leitor projetado por esses relatos é aquele que viveu as experiências da chegada da contracultura e ainda traz dentro de si essas marcas. O próprio sentido da identidade desse leitor está relacionado ao fato dele estar apegado à sua história, como sugere

o enunciado acima. Há uma solidão no cartunista retratado, de quem não compartilha com os jovens as novidades do mundo. Esse é, de certa forma, o lugar de *piauí*: um espaço de compartilhamento de memórias ameaçadas de extinção.



Revista *piauí*, nº 02, nov. 2006

No momento de seu relato autobiográfico, Angeli faz referência ao ambiente político da década de 70. Sempre agarrado a seu disco dos Stones, tem de escolher entre “a luta ou este compacto pequeno-burguês” (*PIAUÍ*, nº 02, nov. 2006, p. 59), um enunciado que evidencia os conflitos entre a busca pela revolução proletária num cenário de Ditadura Militar e a sedução dos símbolos da contracultura, vistos como agentes ideológicos da dominação capitalista. Desse conflito vem a formação discursiva que sustenta o projeto editorial de *piauí*, ela pode ficar mais clara se analisarmos alguns elementos do contexto histórico do período.

O discurso da contracultura emerge na sociedade brasileira na segunda metade dos anos 60. Heloísa Buarque de Holanda (1980) aponta pelo menos duas vertentes da contracultura na nossa realidade social. A primeira se dá por meio do Tropicalismo. Ao fazer uma releitura da antropofagia modernista de Oswald de Andrade (1928), os tropicalistas estabelecem a possibilidade de convivência entre a cultura de massa – difusora da ideologia da contracultura – e elementos da tradição popular brasileira. A segunda vertente apontada por Heloísa Buarque é a do *desbunde*: a radicalização das experiências sexuais e com drogas,

a adesão ao movimento hippie. O *desbunde* atingiu parcelas significativas da juventude das grandes cidades brasileiras, filhos da classe média que se posicionavam à margem do sistema. A ideologia do *desbunde* passa pelo cultivo de filosofias, práticas orientais e temas como a relação do homem com a natureza. A juventude do *desbunde* buscou uma aproximação com os moradores da favela, dos bairros pobres. Muitas vezes essa ligação se fazia através das drogas, principalmente da maconha, vista como ampliadora da visão de mundo, da percepção. A contracultura, refletida na sociedade brasileira, cria identificações com o negro, com o homossexual, com o marginal do morro, com os cultos afro-brasileiros, com o samba, e não somente com o povo ou com o proletariado. A experiência do *desbunde* se reflete em enunciados como “underground: tudo aquilo que está por baixo, do ponto de vista da classe média da palavra”, na definição de Antônio Bivar, publicada em *O Pasquim* (BIVAR, 1971, p. 15). É o oposto do estilo de vida presente nos desenhos animados de Bart Simpson.

Se no próprio interior da contracultura brasileira é possível falar em duas formações discursivas – a antropofagia tropicalista e o *desbunde* – existe ainda outra relação que cabe analisar: aquela estabelecida entre o discurso da contracultura e uma esquerda mais ortodoxa, de base marxista (a que propunha a luta armada como caminho para a revolução). A contracultura – aqui entendida tanto na vertente do *desbunde* quanto do Tropicalismo –, se chocava com a visão de mundo da esquerda por desconfiar da crença redentora do Marxismo, cuja promessa de felicidade estava na revolução proletária. Os marxistas, por sua vez, viam na contracultura o ideário do individualismo no lugar do bem comum coletivo, e a consideravam uma produção da indústria cultural, uma forma do imperialismo americano desviar a atenção da energia revolucionária da esquerda latino-americana. Por isso, os dois extremos – o da luta armada e do *desbunde* contracultural – eram caminhos que não se encontravam.

Os desbundados só acreditavam no processo individual como saída na busca do revolucionar-se; já os guerrilheiros reprimiam os sentimentos pessoais, seguindo um rígido manual de conduta que desvalorizava as questões individuais em prol do coletivo e de uma revolução social que viria. (...). Acabaram numa estreita esquina da história onde só podiam tomar uma das duas direções: cair na clandestinidade ou desbundar (DIAS, 2003, p. 161).

Esse dilema perpassa a autobiografia de Angeli. Ele segue coerente com os valores da contracultura, materializados num disco dos Stones. O cartunista atravessa todas as experiências, inclusive o contato com os grupos mais radicais da esquerda, a partir de sua inscrição na contracultura. O relato ilustra como o sentido da existência tem uma estreita relação com a formação discursiva em que o sujeito está inserido. Apesar da verve

humorística de efeito hiperbólico na narrativa, fica claro como a música dos Stones dá sentido a alegrias e tristezas, aos momentos mais marcantes – casamentos, rompimentos, filhos –, os acontecimentos que fazem uma vida, a história pessoal do cartunista. Agarrar-se ao disco de vinil é uma metáfora da resistência em permanecer apegado aos valores contraculturais difundidos pela música dos Stones. O mundo digital é visto como uma ameaça à materialidade dessa memória: são outras as relações, num outro tempo. É desse ponto de vista que o personagem da história resiste: uma metáfora da posição enunciativa de *piauí*. No seu aspecto gráfico, a revista se parece com publicações antigas, se inscrevendo como espaço de memória na própria configuração visual.

Os valores contraculturais, emblemas da resistência no relato do cartunista, aportaram no Brasil, como vimos, na segunda metade dos anos 60. Antes disso, se insinuava o conflito entre formações discursivas diferentes no interior da esquerda brasileira. No início da década, já existia no Brasil uma divisão entre uma esquerda ortodoxa e outra, ligada, de certa forma, à dimensão do prazer e da individualidade⁵². O enunciado “esquerda festiva”, uma expressão inventada pelo jornalista Carlos Leonam, em 1963 (antes, portanto, da Ditadura Militar), conforme relato do jornalista Zuenir Ventura (1988), reaparece em muitos momentos de nossa história recente com o sentido de demarcar a celebração da vida, do prazer, em convivência com o ideal revolucionário.

Estava inaugurada uma expressão que teria presença assegurada no léxico e no espectro ideológico da política nacional. A esquerda festiva começou a ser realidade depois de 64, acredita o poeta Ferreira Gullar, um membro assumido do grupo. A esquerda recorreu então à festa como uma forma de se manter, de ir adiante, de não morrer, de resistir (VENTURA, 1988, p. 47).

A entrada das informações da contracultura no cenário da segunda metade da década de 60 cria “uma linguagem de corpo que fica difícil ser percebida pela cabeça do marxismo tradicional” (VENTURA, 1988, p. 61).

A historiadora Heloisa Buarque de Holanda (1980) demonstra que a década de 60 começa com duas ameaças: a desagregação das alianças de manipulação populista (presentes na eleição de Jânio Quadros) e o temor do Estado frente à possibilidade de perda de controle das massas (a ameaça iminente da esquerda tomar o poder, a exemplo da experiência cubana). É nesse contexto que, em 1962, o manifesto do Centro Popular de Cultura, o CPC (órgão ligado à União Nacional dos Estudantes) enfatiza: “fora da arte política, não há arte

⁵² Importante lembrar que antes da contracultura, houve, nos Estados Unidos, o movimento *betanik*, que também pregava a liberação sexual e o uso de drogas.

popular” (HOLANDA, 1980, p. 126). Mesmo o golpe que implantou a Ditadura Militar, em 1964, não conseguiu varrer para debaixo do tapete a ideologia da esquerda no país, pois “apesar da Ditadura de direita, há relativa hegemonia cultural da esquerda no país” (HOLANDA, 1980, p. 30). Uma resistência que forçou os militares a radicalizarem na repressão com a instituição do Ato Institucional número 5, em dezembro de 1968.

É um período rico, sobretudo entre a juventude universitária, marcado pela busca de uma identidade nacional, pelo desejo de olhar nossa realidade social e recriá-la em bases socialmente mais justas. A força desse desejo se manifesta no vigor discursivo da Música Popular Brasileira e do Cinema Novo, exemplos de manifestações que formam potentes “arquivos de brasilidade” e incluem, também, a imprensa alternativa, a poesia marginal, um ambiente de produção intelectual fértil na academia e nas artes, germinado no ambiente de utopias libertárias dos anos 60.

Uma matriz vigorosa de expressão, não propriamente de uma fuga pura e simples do político, como muitos querem, mas de um estilo de oposição à ordem em que a dimensão da cultura veio a primeiro plano e, por isto mesmo, articulou muito diretamente as transgressões do cotidiano com a produção artística (XAVIER, 1993, p. 24).

Já no final dos anos 70, (quando os militares iniciam a abertura política) um enunciado – cujo significado dialoga com a tensão nas formações discursivas da esquerda – provoca debate no circuito cultural brasileiro. O cineasta Cáca Diegues cunha, em 1978, a expressão “patrulha ideológica” (HOLANDA; PEREIRA, 1980). É um enunciado que retoma significados da “esquerda festiva” num outro contexto histórico, dessa vez chamando a atenção para os aspectos estéticos da arte, da legitimidade pela busca do prazer em outras instâncias que não a revolução socialista. “O perfil da discussão gerada por essas novas incursões lembra, de certa forma, outros tempos quando o projeto tropicalista de 67 se confrontava com as propostas da arte popular revolucionária” (HOLANDA; PEREIRA, 1980, p. 09).

A retomada, mais de dez anos depois, da mesma polêmica ilustra como essa é uma questão presente no debate político nacional e está por trás, inclusive, da irrupção de *piauí*. Os valores da “esquerda festiva”, da contracultura, do *desbunde*, trazem para o cenário da época o signo da ambigüidade, como observa a historiadora Heloisa Buarque de Holanda (1980). Trata-se de um deslocamento de sentido num jogo discursivo em que predominava a clássica divisão entre o bem e o mal. Para a direita, o mal era o comunismo e o bem era a possibilidade do país se tornar uma próspera nação capitalista, ingressar no primeiro mundo.

Na esquerda os sentidos eram exatamente opostos. Esse deslocamento já se insinuava no início da década, na percepção de que havia outra esquerda, a “festiva”, e ganha força com a entrada dos significados trazidos pela contracultura.

A falta de acuidade em perceber o conteúdo da ambigüidade que une os termos esquerda mais festiva é fatal, pois o discurso crítico produzido por essa nova geração irá constituir-se exatamente sob o signo da ambigüidade (HOLANDA, 1980, p. 33).

Existem, no nosso entendimento, alguns territórios onde a ambigüidade, observada por Heloisa Buarque de Holanda, se manifesta. Ela se faz presente nas tentativas de falar na interdição da censura, como por exemplo, na música, e mesmo em certo tipo de jornalismo alternativo de resistência praticado no período, sobretudo pelo semanário *O Pasquim*, com o qual *piauí* estabelece um estreito vínculo discursivo a ser analisado mais adiante. Enunciados como “esquerda festiva” e “patrulhas ideológicas” procuram um deslocamento em relação à adoção de visões de mundo que supõem verdades únicas projetadas para o futuro. Nos anos 60, a idéia de futuro norteava tanto o otimismo da burguesia liberal, quanto o sonho da revolução proletária via Marxismo. O aspecto mais revolucionário da contracultura, no contexto, era a possibilidade do prazer no presente e, a exemplo das filosofias orientais, a valorização do aqui e do agora. Esse rio que começa a ser navegado traz à tona os registros do corpo, da liberdade individual, da dimensão do desejo, do inconsciente.

Vem desse período uma expressão da linguagem cotidiana, que remete ao sentido dessa ambigüidade reencontrada em *piauí*. A palavra “careta”, usada, inicialmente, para designar os que não aderiram ao *desbunde*, se amplia para os discursos e práticas não adequados à busca das liberdades comportamentais. Algo é “careta” quando propõe um sentido fechado, sem abertura para nuances ou ambigüidade. A expressão é retomada em *piauí* num perfil do roteirista Bráulio Montavani, intitulado *Bráulio é Pau Brasil* e assinado pela atriz Fernanda Torres:

Havia trotskistas, leninistas, ex-stalinistas, gente para lá de séria. O grupo de Bráulio foi o único que escolheu montar uma comédia. (...). Bráulio nunca foi chegado à esquerda “careta”, gostava mesmo era da anarquia desimpedida. (...). Bráulio é um carijó autêntico, desses que gostam de andar pelados por aí (*PIAUI*, nº 07, abr. 2007, p. 27).

A atriz identifica no roteirista a matriz da chamada “esquerda festiva” e a relaciona com uma experiência brasileira, ancorada no imaginário indígena. Nesse momento, gostaríamos de chamar a atenção para o modo como o enunciado “esquerda careta” demarca a inscrição de Bráulio e da própria atriz Fernanda Torres numa outra formação discursiva: uma “esquerda não careta”, com a qual *piauí* também se identifica. A “esquerda não careta” é o outro dos grupos “trotskistas, leninistas, ex-stalinistas, gente pra lá de séria”, na classificação da atriz (*PIAUÍ*, nº 07, abr. 2007, p. 27). Há uma relação entre o enunciado “gente pra lá de séria”, no apontamento de Torres, com o comentário sobre a preservação do humor na *Carta de intenções* da revista: “a revista não será ranzinza nem chata, sisudez não é sinônimo de seriedade” (*CARTA DE INTENÇÕES*)⁵³. O “pra lá de sério” é o sisudo, marcas de uma “esquerda careta” porque reduz o sentido à luta pela revolução proletária. A esse respeito, cabe o comentário de André Conte Spoville sobre o lugar do humor em oposição à seriedade: “O excesso de seriedade, mesmo na virtude, tem algo de suspeito e inquietante: deve haver alguma ilusão ou fanatismo nisso... É virtude que se acredita e que, por isso, carece de virtude” (SPONIVLLE, 1995, p. 229).

Assim, “esquerda não careta”, “esquerda festiva”, “patrulhas ideológicas” são manifestações lingüísticas da demarcação de uma formação discursiva intermediária entre o discurso da revolução proletária e a dimensão da individualidade presente na contracultura. Ao invés de levar esse confronto para uma radicalização, há uma regulação por um humor que é também auto-humor, no sentido de ironizar as próprias contradições. É dessa perspectiva que tomaremos o enunciado “esquerda festiva”: como uma síntese dessa visão de mundo, presença marcante no interdiscurso em *piauí*. É uma FD que desliza nas brechas e produz enunciações a partir de uma relação ambígua com o sentido, conforme já observava Heloisa Buarque de Holanda (1980).

A censura trabalhava na tentativa da interdição de sentidos vistos como ameaçadores à Ditadura Militar. A esquerda ortodoxa, sob abrigo do Marxismo, luta no campo ideológico para impedir sentidos que não se enquadrem no projeto de poder da revolução proletária. A contracultura brasileira não se identifica com nenhum dos dois projetos e, nessa perspectiva, encontra a ambigüidade. É, então, na relação com o sentido que a ambigüidade aparece como marca. Trata-se da percepção, por vezes desconsiderada, tanto pelos movimentos políticos marxistas mais tradicionais, quanto pela burguesia, de que a natureza do sentido é, em si, ambígua. Essa característica – em *piauí* – é uma intenção já

⁵³ Material em anexo.

anunciada: “A revista terá como matéria-prima a bagunça brasileira e, como pano de fundo, um período de perplexidade geral. Numa situação como essa, é melhor ser curioso, e ir atrás da realidade, do que prescrever receitas de salvação” (*CARTA DE INTENÇÕES*)⁵⁴. É na intenção de buscar a realidade sem receitas de salvação que *piauí* restitui esse lugar da ambigüidade como marca constitutiva do sentido. A receita de salvação é a tentativa de conduzir o sentido.

Compreender o que é efeito de sentidos é compreender que o sentido não está (alocado) em lugar nenhum mas se produz nas relações: dos sujeitos, dos sentidos, e isso só é possível, já que o sujeito e o sentido se constituem mutuamente, pela inscrição no jogo das múltiplas formações discursivas (que constituem as distintas regiões do dizível para os sujeitos) (ORLANDI, 2007, p. 20).

Havia, no cenário dos anos 60, tentativas de “totalização do significável”, conforme definição de Deleuze (2006, p. 52), presentes tanto no patrulhamento ideológico feito pelos setores da esquerda mais ortodoxa, quanto na censura e na perseguição política da Ditadura Militar. O discurso da contracultura resiste a esse duplo autoritarismo e também ao discurso tecnocrático do milagre econômico dos anos da Ditadura Militar brasileira. Deleuze (2006) chama a atenção para o fato de que o tecnocrata é amigo do ditador porque ambos querem impor a organização social, um através da técnica, o outro pelo totalitarismo.

A contracultura abria fogo contra a espécie de morte em vida produzida por uma sociedade onde impera o totalitarismo tecnocrático. Sistemas com uma integração organizacional perfeita e um exército de especialistas técnicos para explicar como deve funcionar a vida, da política à educação; do lazer à cultura como um todo, onde até os impulsos inconscientes e até mesmo o protesto contra a tecnocracia – tudo se torna o objeto de exame e manipulação puramente técnicos (DIAS, 2003, p. 73).

As tentativas de interdição da linguagem por aqueles que buscavam a totalização do significável são, como vimos, insuficientes para controlar o sentido, ele escorre pelas bordas. Eni Orlandi (2007) observa esse movimento discursivo a partir da censura presente nos anos da Ditadura Militar, mostrando ser possível a expressão do sentido mesmo na interdição.

A censura é o lugar da negação e ao mesmo tempo da exacerbação do movimento que institui a identidade. Por isso é um lugar privilegiado para

⁵⁴ Material em anexo.

“olhar” a relação do sujeito com as formações discursivas. Porque nos faz apreciar melhor os processos de identificação do sujeito ao inscrever-se na região do dizível para produzir (se) sentido” (ORLANDI, 2007, p. 81).

Eni Orlandi retoma a idéia de poderes e resistências em Foucault: “Se, como se sabe, o poder invade tudo, a resistência (...) também está por toda a parte e os sentidos vazam por qualquer espaço simbólico que se apresente” (ORLANDI, 2007, p. 80, 129).

Se, no Brasil, a censura e a repressão não impediam a movimentação das formações discursivas de resistência, na Europa, o clima libertário dos anos 60 também provocava grandes mudanças. A própria irrupção da AD se dá na França, como se sabe, no calor desse ambiente, e a primeira revisão da teoria tem como ponto crítico o Marxismo. Naquele momento, as próprias considerações de Pêcheux à forma marxista de analisar o real, contra a análise automática do discurso, não deixam de restituir a ambigüidade como marca constitutiva do sentido. Havia, nas leituras marxistas automáticas, – contra as quais Pêcheux se rebela – também a tentativa de totalização do significável descrita por Deleuze (2006).

Décadas depois, é possível olhar para esse passado com um distanciamento histórico. *piauí* revisita a década de 60 para recolher, no passado, novos sentidos. Na reportagem *O espectro da revolução*, o repórter Tony Judt afirma:

Momentos de grande relevância cultural só costumam ser valorizados quando vistos em retrospecto. Os anos 60 foram diferentes: a importância transcendental que os contemporâneos atribuíram ao seu próprio tempo — e a si mesmos — foi um dos traços mais marcantes do período (*PIAUI*, nº 08, maio 2007, p. 48).

As referências aos anos 60 em *piauí* se dão por duas perspectivas. Há, ao mesmo tempo, uma desconfiança em relação à aura que cerca o período e uma sedução pelos valores humanistas motivadores das revoluções políticas e comportamentais. Alguns enunciados, como os do texto acima, possuem um tom crítico procurando realçar que, nos anos 60, o estilo tomou o lugar do conteúdo. O segundo caminho desse interdiscurso é o reconhecimento de valores que fazem falta no presente, como na narrativa analisada anteriormente sobre a música de Os Beatles e a nostalgia do humanismo hippie: “Envolvidos na competição para ganhar o universo material, os indivíduos perdem o mundo interior e, com ele, a noção de que são parte de um todo” (*PIAUI*, nº 09, jun. 2007, p. 59). Essa oscilação entre a crítica e a sedução em relação ao imaginário dos anos 60 é constitutiva dessa matriz de sentido vinda da “esquerda festiva”, ou “não careta”, conforme o enunciado de Fernanda

Torres. É justamente por não se apoiar numa verdade única que o ponto de vista da ambigüidade se instala.

Essa oscilação entre a admiração e a crítica que alimenta *piauí* é uma herança dos anos 60, observada no próprio campo teórico da AD. O movimento de maio de 68 na França, ao mesmo tempo em que se fundamenta na força das palavras de teor libertário, sinaliza o início da presença massiva das imagens, conforme nos lembra Courtine.

Maio de 68 foi uma revolução discursiva – uma exasperação da produção de discursos, uma multiplicação de sua circulação, uma inundação verbal que enchia as ruas e as mídias (...). Sendo a primeira revolução midiaticizada ela deveu boa parte de seu impacto às imagens; no entanto, ela se auto-celebrou numa profusão barroca de discursos, que aliava a irrupção de falas espontâneas e os últimos murmúrios das línguas de madeira (COURTINE, 2006, p. 52).

Nessa perspectiva, o enunciado *a revista para quem gosta de ler* retoma o momento histórico em que a tradição mais literária da sociedade cede lugar à cultura das imagens, em que o estilo roubava o lugar do conteúdo. *piauí* não busca a formação discursiva da esquerda ortodoxa, nem tão pouco se filia somente ao ideal da contracultura, *piauí* persegue, antes, o jogo discursivo dessa memória em que a promessa de sonho se transformou em imagem, em estilo. É a ambigüidade como marca de um tempo em que o excesso de imagens se insinuava num cenário de grandes projetos políticos e comportamentais. É nesse campo – ambíguo – que se configura a presença do interdiscurso em *piauí*, para criar um espaço de reflexão, puxar um fio do novelo que se perdeu em algum momento de nossa trajetória histórica: ainda há quem goste de ler, de refletir, de buscar um entendimento mais aprofundado da realidade. É possível criar um território imaginário para nos defendermos da poluição de imagens, onde aplacamos nossa fome por um sentido: não único, mas ambíguo, difuso, que não tente mascarar a incompletude como marca do sujeito e, por extensão, do próprio sentido. É preciso recuperar algo dessa esperança perdida dos anos 60, o que só pode ser feito se lançarmos um olhar crítico, não romantizado sobre o período.

Predomina, nas revistas semanais de informação, a pretensão de explicar, sem nuances, os fatos aprisionadas (na maioria das vezes) na ideologia neoliberal, materializados na forma de textos curtos, econômicos, líquidos. A brecha vislumbrada pelos criadores de *piauí* foi romper com esse modelo, criar um outro espaço discursivo. Ao fazê-lo, resgata as referências aos anos 60.

Já exemplificamos algumas vezes o esforço de *piauí* por se diferenciar do tom predominante nas revistas semanais de informação. É necessária uma breve comparação para avançar nessa proposta de delimitar as fronteiras – sempre porosas porque heterogêneas – da formação discursiva a qual *piauí* se filia. Mostramos, anteriormente, que o discurso de *piauí* traz as referências negativas ao outro. Mas, se analisarmos fragmentos do discurso desse outro – não mais na condição de simulacro –, essas diferenças podem ficar mais nítidas. Tomemos um pequeno trecho publicado em *Veja* sobre o Presidente da Venezuela: “O Presidente venezuelano Hugo Chávez (...) ilustra em tempo real como é possível destruir a democracia transformando em veneno os próprios ritos democráticos” (*VEJA*, ano 40, nº 2085, p. 86).

A reportagem de *Veja* pode gerar, obviamente, diferentes sentidos. É possível ao leitor concordar com a afirmativa de que Chávez é um ditador ou questionar a afirmação da revista. O que parece claro, entretanto, é que existe a tentativa de totalização do significável no tom assertivo do jornalista ao dizer que Chávez destruiu a democracia. Esse aspecto exemplifica a tentativa da condução do sentido.

Um outro texto, dessa vez publicado em *piauí*, sobre as novas lideranças latino-americanas, possui diferenças substanciais em relação ao de *Veja*. Em *piauí*, o personagem da matéria é Evo Morales, cujo perfil tem uma perspectiva de abertura para os pensamentos que norteiam seu governo, as nuances se fazem presentes, foge da tentativa de unicidade do sentido presente na revista semanal. A reportagem se chama *O índio contra o império* e foi assinada por Consuelo Dieguez:

O presidente se ajeitou na poltrona, passou a mão nos cabelos negros e vaticinou: “Eles podem até tentar. Mas é impossível que consigam frear o processo revolucionário que está ocorrendo na Bolívia. (...). Os movimentos populares são independentes e têm consciência de que a hora da mudança chegou, quer a direita queira ou não” (*PIAUÍ*, nº 13, out. 2007, p. 44).

Enquanto *Veja* parte de uma rigidez na forma como classifica Chávez de inimigo da democracia e constrói todo o seu discurso nessa perspectiva, *piauí* abre espaço para a lógica de Evo Morales, o lugar de onde ele enxerga a realidade latino-americana. Há um aspecto mais descritivo nas matérias de *piauí*, já apontado anteriormente. A linha editorial da revista se revela na escolha do assunto, no recorte dos dados relatados, nos trechos das falas dos entrevistados. É difícil observar nas reportagens de *piauí* uma posição interpretativa em relação aos fatos como a que aparece no enunciado publicado por *Veja*, em que se diz que Hugo Chávez destruiu a democracia.

A predominância do texto descritivo presente em *piauí*, ao contrário, deixa os espaços abertos para as contradições da narrativa, instiga o leitor a preencher o sentido e aí encontrar a ambigüidade – não tomada como incerteza, indeterminação, mas como algo constitutivo do sentido. Sobre os fatos, cabem múltiplas interpretações, por isso o esforço de descrevê-los a partir dos aspectos plurais que os cercam e não adjetivá-los a partir de uma posição editorial. A busca da pluralidade é a busca da amplitude do sentido, não de seu aprisionamento. Nos longos perfis de personalidades políticas publicados em *piauí*, o repórter quase desaparece na descrição do objeto (e, por isso, paradoxalmente, se faz mais presente). Vale ilustrar com outro trecho do perfil de José Dirceu, já mencionado anteriormente⁵⁵:

As duas filhas de Dirceu e de Evanise, que tem 14 anos, tiravam fotografias de si mesmas, dos convidados e do casal de namorados, que se abraçava e trocava confidências. Quando o almoço foi servido, José Dirceu passou a circular entre as duas mesas, contando episódios da viagem por três países em seis dias. Ao detalhar os vinhos que tomou e os restaurantes onde jantou, disse que todas as despesas foram rateadas com os sócios lusitanos. “Lá é tudo contabilizado, tudo certinho, não é igual aqui”, afirmou (*PIAUÍ*, nº 16, jan. 2008, p. 34).

Esse recurso de trazer a informação a partir de um texto predominantemente descritivo andava raro na grande imprensa até a irrupção de *piauí*. De novo, vale reproduzir um trecho da *Carta de intenções*, em que se diz que a revista “levará em conta que a informação vem antes do comentário e que a opinião precisa dos fatos. Apurará com rigor e escreverá com clareza” (*CARTA DE INTENÇÕES*)⁵⁶. Esse diferencial reverbera na mídia, como demonstra a análise apresentada anteriormente de Alberto Dines (2008), comentando a reportagem de José Dirceu: “Num panorama jornalístico dominado pelas posições extremadas, históricas, debochadas e drásticas, uma pausa para os meios tons” (DINES, 2008)⁵⁷.

Se os exemplos ilustram as diferenças entre *piauí* e *Veja*, existem também aspectos que devem ser observados em relação à revista *Caros Amigos*, pioneira na retomada de certa tradição jornalística de esquerda. Não pretendemos fazer um estudo comparativo entre *Caros Amigos* e *piauí*, mas demonstrar que essa dicotomia entre uma esquerda mais ortodoxa e outra, por assim dizer, mais comportamental, se nota nas formações discursivas refletidas pelas duas revistas. *Caros Amigos* se filia à tradição da esquerda ortodoxa. Uma

⁵⁵ Reportagem intitulada *O consultor*, de Daniela Pinheiro.

⁵⁶ Material em anexo.

⁵⁷ Por se tratar de texto eletrônico, a referência não possui página.

herança que se traduz em sentidos mais explícitos: a crítica à sociedade neoliberal e à globalização como sinônimo de dominação dos mais ricos pelos mais pobres, como se pode notar no exemplo abaixo⁵⁸:

Imagine se fosse nas escolas da elite onde estudam os filhos deles (a mais de 1.000 reais a mensalidade) – imagine se eles vetariam qualquer coisa, quanto mais a implantação obrigatória das disciplinas de Filosofia e Sociologia no ensino médio. “Eles” é o grupo político dos tucanos, que há quase duas décadas infesta o Governo do Estado de São Paulo (*CAROS AMIGOS*, nº 126, set. 2007, p. 09).

As formações discursivas têm fronteiras imprecisas e não devemos atribuir qualidades fechadas às publicações envolvidas nesse jogo. O principal deslocamento de *piuí* em relação a *Caros Amigos* é a retomada desse ponto de vista de uma esquerda que preservou o humor, contemplou a dimensão individual, o campo do desejo, do inconsciente, cuja matriz vem desse conflito entre formações discursivas dos anos 60, já descritas anteriormente.

A irrupção de *piuí* como um acontecimento discursivo modifica a mídia tradicional, abre campo para outras publicações como a revista *Brasileiros*, criada em junho de 2007 (menos de um ano após *piuí*), anunciando-se como uma espaço de “histórias bem contadas, reportagens de fôlego, mergulho numa imensidão de notícias que vão muito além do eixo São Paulo-Rio-Brasília” (*BRASILEIROS*, nº 04, out. 2007)⁵⁹. Há, a partir do acontecimento discursivo engendrado por *piuí* – e iniciado por *Caros Amigos* –, um movimento de retomada dos “arquivos de brasilidade” como resistência a certa padronização imposta pela globalização.

A própria formação do povo brasileiro traz em si uma dimensão da festa, da celebração que encontra eco na contracultura. Para Darcy Ribeiro (2006), nossos principais defeitos – “certa frouxidão e anarquismo, falta de coesão, desordem, indisciplina e indolência” (RIBEIRO, 2006, p. 408) – podem ser vistos de uma outra perspectiva: somos um povo marcado pela “criatividade do aventureiro, a adaptabilidade de quem não é rígido, mas flexível, a vitalidade de quem enfrenta, ousado, azares e fortunas, a originalidade dos indisciplinados” (RIBEIRO, 2006, p. 408). Isso explicaria porque o enunciado “esquerda festiva” começou a circular antes mesmo da chegada da contracultura por aqui. O enunciado reforçaria, nesse aspecto, uma marca cultural da formação identitária brasileira. A dimensão da festa, da busca do prazer, já fazia parte de nosso modo de vida.

⁵⁸ Reportagem intitulada *Governo Serra atravança pensamento em escola*, de Marilene Felinto.

⁵⁹ O texto citado está na contracapa da revista e, por isso, a referência não possui número de página.

Em ensaio cuja proposta é analisar o futebol como linguagem, José Miguel Wisnik (2008) vai apontar a ambigüidade como marca da cultura brasileira: “desliza na alusão, na sincopa, no drible e que não fixa os sentidos ao pé da letra” (WISNIK, 2008, p. 230). O autor identifica um hiato proposital para o sem sentido, o excesso ou falta dele, um hiato que não se esgota no *nonsense*, mas se caracteriza por ser o lugar do “lapso criativo, da suspensão” (WISNIK, 2008, p. 231), cuja conseqüência é resistir ao discurso do poder. Nessa perspectiva, a discussão sobre a valorização da ambigüidade na relação com o sentido – característica da formação discursiva da “esquerda festiva” – passa por mecanismo de identificação da cultura brasileira. O texto de Wisnik faz uma reflexão histórica e demonstra como o futebol globalizado, marcado pelo aspecto mercadológico, é uma ameaça a essa característica mais lúdica e intuitiva de um estilo de jogo brasileiro, na medida em que toda construção identitária é provisória, não possui um caráter imutável.

Uma das sínteses desse estilo de jogo brasileiro é o drible, expressão referente ao futebol que passou a ser usada na linguagem cotidiana. Numa reportagem intitulada *Na moita*, sobre a ex-companheira da cantora Cássia Eller, a jornalista Silvia Pilz utiliza a expressão para explicar o fato de que Eugênia Martins conseguiu a guarda do filho da cantora, um fato raro mesmo para os padrões da cidadania européia, por se tratar de um relacionamento homossexual: “Foi um drible brasileiro numa questão que ainda embatucos os ingleses” (*PIAUI*, nº 06, mar. 2007, p. 33).

Wisnik (2008) define o drible como elipse e o associa ao chiste, à sincopa (expressão da teoria musical para designar o acento rítmico fora do tempo forte do compasso): “uma perturbação na linearidade que produz um efeito poético” (WISNIK, 2008, p. 270). Essa relação com a ambigüidade percebida na “esquerda festiva” traz essa marca: um deslocamento em que o sentido aparece onde não se esperava, como a sincopa, como o chiste, como o drible. Uma marca brasileira capaz de influenciar outras culturas como se dá no futebol. A caretece, para usar a expressão retomada por Fernanda Torres, é linear, a não caretece é uma quebra na previsibilidade.

A presença interdiscursiva dos anos 60 em *piuí* é o campo da resistência a um discurso jornalístico que nas últimas décadas se globalizou e perdeu o lastro com elementos da cultura brasileira. É o complexo terreno das identidades. Bauman nos alerta que “sempre que se ouvir essa palavra [identidade], pode-se estar certo de que está havendo uma batalha” (BAUMAN, 2004, p. 83). Ao mesmo tempo em que todo tipo de racismo deriva das questões de identidade, também os processos de identificação formadores das comunidades de sentido daí advêm.

Em um texto em que discute a questão da identidade na pós-modernidade, Boaventura de Souza Santos (2001) aborda esse conflito entre o global e o local.

De um lado a cultura global (consumismo, Hollywood, *disco soundy*, *fastfood*, cultura comercial, *mass media* globais); de outro, as culturas locais (movimentos comunitários indigenistas, afirmação de direitos ancestrais de línguas e culturas até agora marginalizadas) e as culturas regionais (SOUSA SANTOS, 2001, p. 144-145).

Nesse jogo, a presença mais efetiva do pensamento neoliberal, sobretudo na década de 90, trouxe como consequência, no jornalismo brasileiro, o predomínio de formações discursivas relacionadas à cultura global. Há, como reação, um movimento contemporâneo de resistência – que passa por *piauí* – da demanda de se buscar uma voz da brasilidade para interagir e se fortalecer na globalização.

Não que isso se dê na forma de um aprisionamento numa formação discursiva regionalista. Os exemplos analisados em *piauí* permitem dizer que a nova revista não é uma resistência arraigada nas raízes regionais em oposição à globalização. Há sim o movimento de olhar o global a partir do fortalecimento de uma identidade regional. Ao fazer uma contextualização histórica da cultura portuguesa, o sociólogo faz uma oportuna distinção entre provincianismo e cosmopolitismo. Assim, culturas com um centro forte tendem a ser provincianas, no sentido de não se abrirem para o outro, as fronteiras simbólicas ficam distantes, são pouco visíveis. A origem do Brasil colonial passa por um movimento contrário, de abertura para as fronteiras. Por ser o único caso na história em que a metrópole foi transferida para a colônia com a vinda de Dom João VI para o Rio de Janeiro, Portugal é carente de um centro forte e aí se abre para o outro. “A fronteira confere à cultura portuguesa um enorme cosmopolitismo” (SOUSA SANTOS, 2001, p. 153). Essa característica se reflete no Brasil. A definição de uma identidade cosmopolita, portanto, é a da abertura para o outro, em oposição ao provincianismo que pressupõe um fechamento sobre o próprio círculo. O movimento discursivo predominante em *piauí* é cosmopolita, busca mostrar a diversidade brasileira, não se atém ao eixo do sudeste brasileiro, trata de assuntos internacionais. O olhar que guia esse movimento, entretanto, é um olhar de brasilidade, cuja influência maior, como veremos, é do jornal *O Pasquim*, criado na zona sul carioca, expandido para todo o país e marca no imaginário de gerações futuras. Nosso próximo desafio é mostrar como *O Pasquim* está presente em *piauí* e como, a partir dessa relação, a nova revista se aproxima, por uma perspectiva cosmopolita, dos “arquivos de brasilidade”.

4.1 “OLHAR *PASQUIM*”: MOVIMENTO DO INTERDISCURSO NO INTRADISCURSO

Esse Rio de amor que se perdeu

(Vinícius de Moraes e Toquinho, **Carta ao Tom**, 1974)

Já dissemos que o interdiscurso presente em *piauí* traz as marcas da transição de uma sociedade marcada pela palavra para outra com predomínio das imagens. Interessamos, agora, buscar essas referências na realidade brasileira. Zuenir Ventura (1988) localiza um território de criatividade na zona sul carioca de início dos anos 60, ambiente responsável por um dos mais potentes imaginários de brasilidade. “Naqueles tempos, o trecho entre Ipanema e o começo do Leblon tinham a reputação de pedaço mais inteligente e boêmio do Brasil” (VENTURA, 1988, p. 47). Ao descrever a movimentação cultural em 1968 no Brasil – antes do Ato Institucional número 5 –, o jornalista observa que a juventude universitária do período talvez tenha sido “a última geração literária do Brasil” (VENTURA, 1988, p. 51). Em que pese uma desqualificação do pensamento crítico produzido pós-68 no enunciado do jornalista, a frase chama a atenção para o fato de que se lia tanto quanto hoje se assiste televisão. O hábito da leitura e do debate de idéias, as utopias de mudança, criaram uma ambiente social de grande vitalidade e criatividade, que se refletia nas manifestações culturais citadas anteriormente, como o Cinema Novo e o Tropicalismo. Há, em *piauí*, o esforço por buscar essa memória. O enunciado *a revista para quem gosta de ler*, em conjunto com as referências dos anos 60 e as críticas à cultura das celebridades, demonstram uma intenção de retomar esse fio discursivo.

Na imprensa, o ambiente letrado da zona sul carioca nos anos 60 se refletia principalmente na revista *Realidade* – “Sensível termômetro das tendências da época” (VENTURA, 1988, p. 33) – e na chamada “imprensa alternativa”, cuja expressão máxima foi o semanário *O Pasquim*. Não por acaso, duas influências confessas no surgimento de *piauí*. Há, entretanto, um fato fundamental para se entender essa trajetória. Na censura, só é possível falar no equívoco da linguagem, hoje, o desafio é se fazer ouvir em meio a uma infinidade de discursos permitidos.

Para se diferenciar na complexa sociedade contemporânea, *piauí* busca como referência interdiscursiva o semanário *O Pasquim*, que circulou em edições semanais entre

1969 e 1982⁶⁰. *O Pasquim* é o outro positivo no discurso de *piauí*, aquele ao qual a formação discursiva da nova revista quer se filiar. Com uma subversão dos padrões jornalísticos tradicionais, *O Pasquim* tinha como principais alvos “a ditadura militar, a classe média, seus costumes e moralismos e a grande imprensa” (ALMEIDA, 2006, p. 16). O ponto de vista de *O Pasquim* era a zona sul carioca. Surgiu como um jornal de bairro em Ipanema e rapidamente circulou por todo o Brasil. “A importância da influência do Pasquim na imprensa brasileira, quebrando convenções na linguagem jornalística e abordando assuntos que não poderiam ser abordados pelos mais ‘sérios’ ecoa até os dias atuais” (ALMEIDA, 2006, p. 126).

O Pasquim e outras publicações da chamada “imprensa alternativa” se caracterizavam por uma linguagem subjetiva, com traços de ironia, de ambigüidade. A coluna chamada *Underground*, do jornalista Luis Carlos Maciel, publicada entre 1969 e 1971, trazia o debate da contracultura para o país.

Vai começar a temporada de verão na praia em frente à rua Montenegro e, por isso, me ofereço espontaneamente a dar alguns conselhos aos que estiverem se candidatando a freqüentadores assíduos. (...): 1) Não diga “válido”, “lúcido”, “autêntico” ou “inserido no contexto”. Essas palavras já viraram tanto piada, que você não deve dizê-las nem como piada (...). 2) Se a conversa for sobre Psicanálise, pode ser contra sem medo. No dia seguinte, você conta a seu analista que ele próprio saberá compreender (...). 3) Se você quiser mostrar-se mais avançado do que os mais avançados, pode esnoabar também Marshall Mc Luhan, a teoria da informação, o Umberto Eco e a Nova Esquerda Americana. Estão todos em circulação há mais de um ano e, portanto, podem muito bem ir para a lata de lixo (MACIEL, 1981, p. 31)⁶¹.

O Pasquim refletia o jogo discursivo estabelecido entre a esquerda ortodoxa e a contracultura. Não havia, no semanário, uma visão unívoca da realidade. O relato do jornalista Luis Carlos Maciel se inscreve como dica de comportamento para quem freqüenta a praia, mas há algo além. O sentido é a dica, mas é, também, paradoxalmente, o deboche a essas regras comportamentais como padronização de atitudes e a rapidez com que elas mudam. Esse tipo de paradoxo é revelador da forma como essa formação discursiva lida com o real. É a marca da ambigüidade reencontrada como interdiscurso em *piauí*. Vejamos um trecho da

⁶⁰ Houve, em 2002, uma tentativa de retomar *O Pasquim* com a publicação *O Pasquim 21*, que circulou até junho de 2004. A esse respeito, consultar: ALMEIDA, Adriana Aparecida de. **OPasquim e OPasquim21: práticas discursivas jornalísticas de resistência**. 2006. 131f. Dissertação (Mestrado em Lingüística) – Instituto de Estudos da Linguagem, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2006.

⁶¹ Texto de *O Pasquim* nº 21, 13 a 19 nov. 1969, retirado de Maciel (1981).

reportagem *Como se jogar na balada*, de Daniela Pinheiro, sobre a diversão noturna na maior cidade do país:

Quem ainda fala que vai causar na noite está tão semana passada que na certa ainda escuta Caetano Veloso. A expressão do momento é se jogar na balada. Se ela, a balada, é boa, qualifique-a de bombada. Se é ruim, diga micada. Ela fica bombada quando está lotada de jet setters. E promete quando o chill in é feito num restaurante fusion. Se quer se animar, indague: do you smell like Chanel? Mas o que garante mesmo a bombada da balada é quando se cata alguém masterplus. Entendeu, minha santa? (*PIAUÍ*, nº 07, abr. 2007, p. 37).

Apesar do intervalo de 40 anos entre uma reportagem e outra, as semelhanças entre os dois relatos permitem identificar a presença interdiscursiva de elementos de *O Pasquim em piauí*. Há uma aproximação temática, são duas reportagens sobre os costumes e a linguagem dos espaços de convivência: a praia carioca nos anos 60 e a cara noite paulistana atual. O ponto de vista é também parecido, como as expressões e sentidos se transformam rapidamente, há um código que faz com que algo fique ultrapassado e uma ânsia por novidade a se insinuar nos anos 60, tendo se tornado um marco no momento atual. A diferença fundamental, entretanto, é que se discutiam livros e teorias na praia, na moderna noite paulistana, os assuntos circulam em torno das imagens, das aparências, o lugar da reflexão desapareceu. Na reportagem de Daniela Pinheiro, o que importa é o poder do dinheiro, a fama, não há lugar para as idéias. Em outro trecho, a reportagem faz uma reflexão sobre o culto das celebridades de hoje em comparação com o passado.

Passa um tempo e José Victor volta a se irritar com a vípice contemporânea: “Antigamente, vip era vip pra cacete. Era entrar no Gallery e dar de cara com a mesa do Walter Clark, na outra o Tom Jobim, em outra a Eleonora Mendes Caldeira. E todo mundo pagava. Não tinha essa baixaria de ganhar de graça. Hoje, é você que tem que pagar 30 mil reais para o sujeito aparecer meia hora”. (...). “Olha, a Daniela Cicarelli é uma arquigostosa, supersimpática, mas isso não pode fazer de uma pessoa uma víp, porra (*PIAUÍ*, nº 07, abr. 2007, p. 38).

A repórter aparece como um corpo estranho na diversão noturna, só assim seu olhar pode recolher na paisagem humana algo além da frivolidade que alimenta os *sites* de fofoca, as revistas de celebridades. É como se a jornalista se inscrevesse na formação discursiva da praia carioca intelectualizada para analisar a cultura das celebridades na noite paulistana. Há certo estranhamento em relação ao presente, um mal-estar visível no relato da jornalista. Luís Carlos Maciel era um freqüentador da praia letrada do Rio de Janeiro,

enquanto ela não faz parte das tribos que retrata: “Todo mundo dança igual (de maneira dessincronizada), olha igual (com condescendência) e ri igual (exageradamente), seja galera ou *vip*” (*PIAUÍ*, nº 07, abr. 2007, p. 37).

Os freqüentadores da noite são, no relato da repórter, condescendentes, dessincronizados e exagerados, nota-se a mesma sensação de deslocamento em relação aos tempos atuais presente no relato autobiográfico analisado há pouco do cartunista agarrado ao seu disco de vinil. Os sentidos do presente se esgotam numa superfície a revelar o vazio. As referências ao passado buscam preencher esse vácuo.

A memória de *O Pasquim* reaparece nas páginas de *piauí* de maneira mais explícita. Já na primeira edição de *piauí*, em outubro de 2006, temos um pequeno acontecimento: a volta do jornalista Ivan Lessa, 28 anos depois de deixar o Brasil num auto-exílio que simbolizou o fim de uma época, dos sonhos libertários da década de 60. Jornalista que fez parte da primeira formação de *O Pasquim*, Ivan Lessa tem sua imagem associada à imprensa alternativa do período. O silêncio de Lessa sobre o Brasil contemporâneo e sua negação em voltar ao país fazem parte da aura que o cerca. Assim, ao investir no seu retorno, é como se os editores de *piauí* propusessem um efeito de sentido que aponta para a volta do “olhar *Pasquim*” aos dias atuais, centrado num sujeito que personifica esse lugar.

Ivan Lessa retorna para ocupar o lugar vago com seu exílio espontâneo. É o surgimento de *piauí* que, aparentemente, motiva o retorno de certo imaginário da época. A volta de Lessa é, por si só, o acontecimento discursivo que marca o nascimento de *piauí*. “Analisar a autoria na relação que o texto estabelece com o sujeito que o produziu significa conceber o sujeito da escrita como construção do próprio discurso” (GREGOLIN, 2001, p. 60).

Os comentários sobre o surgimento de *piauí* destacaram o fato de Lessa carregar a memória de *O Pasquim*.

O must da revista é, certamente, a história da volta de Ivan Lessa, o brasileiro-londrino (um Henry James másculo, mas encanecido; putz!) ao Brasil. O texto — pequenos textos — de Ivan Lessa integra a reconstrução da memória carioca por meio da confraria das viúvas do Pasquim. Para essa turma, o Rio só existe porque existem Millôr Fernandes, Jaguar e, entre outros, Ivan Lessa. Ivan Lessa é um escritor superestimado pelos velhos e novos amigos da patota do Pasca, mas o texto que escreveu para Piauí,

porque consegue pôr a nostalgia no tom certo, é divertido e, para os meus velhos, informativo (BELÉM, 2006)⁶².

A reportagem que marca a volta de Ivan Lessa em *piauí* chama-se *Eu conheço esse cara* e é um relato das impressões do jornalista desde o momento em que ele desembarca no aeroporto do Galeão, no Rio de Janeiro. Uma pequena chamada no canto esquerdo da página classifica o texto como *turismo existencial*.

Minha vida sempre se passou a sério, para valer – entre uma dúzia e a paisagem (ela, de novo, sempre ela)... O Rio era um clima. Ao menos não me esborracho no lugar comum do Rio ser um “estado de espírito”. Estado de espírito é, agora, com sete mil homicídios anuais (...). Há uma maneira para se deixar o país em que se nasceu, não chega a ser arte. Simples como o quê: seguir em frente e não olhar pra trás... É imprescindível não recorrer nem a bíblia nem à poesia. Principalmente poesia. Em prosa, não contam Proust (com exaltado fervor), Fitzgerald, Thomas Wolfe, retrato de Itabira na parede e até o melhor e menos citado, Camões, que em português de seus dias, e nossos ainda, escreveu, “a grande dor das coisas que passaram” (*PIAUÍ*, nº 01, out. 2006, p. 31).

Lessa vai tecendo seu relato já a partir da saída do aeroporto: “Ausência é uma palavra muito forte para a paisagem vista lá de cima. (...). No carro, a caminho do hotel, vou não me reconhecendo nada” (*PIAUÍ*, nº 01, out. 2006, p. 31). Quando cruza a linha vermelha, o jornalista se pergunta sobre a violência: “Não há bala perdida. Apenas desencontro” (*PIAUÍ*, nº 01, out. 2006, p. 31).

Não há, neste passeio, esquina ou canto em que eu não tenha sido brutalmente infeliz ou estupidamente feliz. Em algum lugar alguém deve ter escrito que uma cidade é aquilo que dela se resolveu ver ou lembrar. Também que não é a gente que se lembra da cidade, é uma parte misteriosa e calada da cidade que se lembra da gente, mas finge que não, que não é com ela, que não sabe nada de nós (*PIAUÍ*, nº 01, out. 2006, p. 31).

É na filiação a discursos – sobre a perda, a nostalgia do passado, a memória (presentes nos trabalhos de todos os escritores citados no texto) – que o jornalista dá forma ao seu diálogo interior. Ao negar a poesia, Ivan Lessa se carrega dela para dar sentido à sua experiência de rever a cidade.

⁶² Reportagem intitulada *Revista resgata o texto longo e profundo*, de Euler de França Belém. O texto foi retirado do Jornal Opção, nº 1633, de 22-28 out. 2006. Por se tratar de texto eletrônico, a referência não possui página.

O artigo de Ivan Lessa sucede o relato de uma imigrante ilegal brasileira na América. Cecília Gianetti descreve em *Hoje o bicho pega na boate* os motivos pelos quais deixou a terra natal.

Ninguém deve achar normal viver num lugar onde a violência é encarada como algo corriqueiro. (...). Desembarquei em Nova York só com uma mala e vou trabalhar ilegalmente. Radical, eu? Radical é viver sem plano de saúde, sem direitos, salário perigando não sair (*PIAUI*, nº 01, out. 2006, p. 27).

A jornalista que deixa o país cansada da violência e dos problemas sociais e o velho jornalista de volta em busca de referências de seu passado não deixam de exemplificar metonimicamente a identidade de *piauí*. O efeito do “olhar *Pasquim*” é tentar encontrar as marcas de um passado brasileiro que apontava para um futuro promissor submerso numa realidade social de violência e de desrespeito social. É a partir desse olhar que a diversão na boate paulistana se revela em seu vazio hedonista. O efeito de sentido da volta de Ivan Lessa é a busca por reencontrar no presente os sinais de uma memória materializada no texto do jornalista, um texto subjetivo, poético, com referências interdiscursivas a grandes nomes da literatura. Se as referências do passado se diluíram na paisagem, conforme aponta Lessa, resta a capacidade de refletir e escrever sobre essa perda.

A retomada do “olhar *Pasquim*” significa também a retomada do humor, rarefeito na grande imprensa e em *Caros Amigos*⁶³. Não é o riso por si só, mas os aspectos sociais, políticos e culturais que estão por detrás do efeito de humor. Mercier (2001 apud ALMEIDA, 2006, p. 33) chama a atenção para a dimensão de contestação contra a ordem estabelecida presente na derrisão. O efeito da derrisão em *piauí* busca a crítica aos valores da classe média e seus sonhos de consumo – traço que se fazia presente em *O Pasquim*. Os personagens de Angeli na *República dos Bananas*, assim como os falsos e exóticos roteiros turísticos, são alvo de um humor que busca mostrar os sonhos de consumo que movem a classe média.

A busca desse imaginário da zona sul aponta para uma nostalgia de tempos idos, de uma civilização carioca perdida na modernidade. A postura crítica em relação ao comportamento das elites contemporâneas cede lugar, nesses casos, a um tom mais condescendente. São relatos que se originam nas elites de um Rio que já não é. São como um desvio na rota, espaços de deslizamentos que tratam de maneira diferente o imaginário das

⁶³ Vela mencionar a coluna de José Simão em *Folha de São Paulo*, um espaço humorístico na grande imprensa.

elites do Rio antigo. Há, nesses relatos, uma noção de proximidade com os famosos, os antigos *vips*, que vai na corrente oposta ao tratamento dado aos novos ricos ou aos padrões de comportamento e de estética da classe média brasileira. É a marca da heterogeneidade da formação discursiva: ao buscar o ambiente cosmopolita da zona sul carioca dos anos 60 descrito por Zuenir Ventura (1988), *piauí* encontra também o provincianismo, no sentido do culto às personalidades da cidade. São relatos que valorizam as aparências. Essa característica se faz notar, com maior propriedade, nos textos da jornalista Danuza Leão. Em reportagem chamada *Diamante nacional refinado*, de janeiro de 2007, sobre a *socialite* Lily Marinho, tudo é proximidade: “Ela era a mulher mais bonita do Rio. Isso não é uma opinião pessoal. Todos os homens, mulheres, gays, lésbicas, travestis, indecisos, frutas, etc, todos achavam Lily a mais linda da cidade” (*PIAUÍ*, nº 04, jan. 2007, p. 46).

Em outra reportagem, *O cheiro do cimento me inebria*, também escrita por Danuza Leão, o estilista Guilherme Guimarães dá voz a certo preconceito com a classe média contemporânea: aquela que sonha com o imóvel tecnológico da Barra ou em freqüentar a *Daslu*.

Ele odeia o Leblon, o bairro mais cafona do Rio. Só no Leblon se vê pai passear com filho com brincos maiores do que Carmem Miranda e a mulher andando atrás, olhando as vitrines (...) “clubes é pra gente de mentalidade estreita, que escolhe viver num mundo pequeno, de pessoas geralmente decadentes, que não encaram a vida e só lá se sentem protegidas do mundo”. Eles se casam entre eles, se traem entre eles (*PIAUÍ*, nº 01, out. 2006, p. 39).

Na edição de número 14, de novembro de 2007, há uma reportagem – cuja ilustração estampa a capa da revista – feita em conjunto pelo arquiteto Fernando Serapião e a jornalista Danuza Leão. A reportagem se chama *Morar à beira-mar* e é uma descrição detalhada da orla carioca, dos estilos arquitetônicos e de vida de seus moradores.

[Texto de Fernando Sapião]: A área verticalizada dos bairros da orla carioca pode ser dividida em três partes. A mais antiga é resultado do Plano Agache, do final dos anos 20, que definiu a chamada cidade-quarteirão, situação em que os prédios são construídos no alinhamento da calçada. (...) Por fim, há a cidade moderna, planejada, com torres isoladas, como ocorre em São Conrado e na Barra. (...). (*PIAUÍ*, nº 14, nov. 2007, p. 39).

[Texto de Danuza Leão]: No século XIX, o máximo era viver em São Cristovão, onde morava a família imperial. Os chiques da época tinham horror à praia, que era considerada lugar de gente pobre. (...). Houve um tempo em que a divisão era entre a Zona Sul e a Norte; hoje a cidade se divide entre as pessoas que moram ou não na Barra. (...). Quem mora entre o Leblon e o centro dá um grito se alguém sugerir jantar num restaurante além-túnel. (...). E tente convidar um habitante deste outro planeta a jantar do lado

de cá: eles vão dar uma desculpa qualquer, mas de lá não saem. (...). Por isso bons restaurantes do Rio têm aberto filiais na Miami carioca. (*PIAUI*, nº 14, nov. 2007, p. 39-40).

Para a jornalista, a Barra é o lado de lá, a “Miami Carioca”. É a paisagem carioca globalizada, americanizada, com suas “torres isoladas”, como descreve o arquiteto. Há uma divisão entre os que aderiram a esse modelo – a segurança, o conforto dos condomínios fechados, os templos do consumo (signos da globalização) –, e os que resistem em manter a tradição da convivência nas praias, nos prédios antigos, nos botequins: espaços de criação e circulação de discursos que marcaram a cultura brasileira. A cidade e a vida que respiram além dos muros dos condomínios fechados.

O *turismo existencial* empreendido por Ivan Lessa é também a busca desse universo. O jornalista constata que essa realidade não existe mais, ela só pode ser acessada pelo imaginário, mas é a memória quem conduz o olhar sobre a realidade atual. É uma metáfora da proposta editorial de *piauí*: reconstruir, através do discurso, o que foi subtraído da realidade.

Quando o tom predominante na mídia foi de adesão ao noticiário rápido, imagético, do culto às celebridades – discurso que se filia ao estilo de vida da classe média urbana globalizada – foi preciso buscar outro discurso que repousava nas margens, mas que não tinha ainda submergido nos tempos atuais.

Na maioria das vezes, de fato, o discurso não desaparece, seus suportes não se dissipam brutalmente, mas ele recua para a periferia, ou situação na qual se pensa menos, a área semântica que ele recobria é total ou parcialmente retomada por uma outra, ou redistribuída entre várias (MAINGUENEAU, 2005, p. 47).

Qual era o discurso que estava na periferia? É o estilo de *O Pasquim* refletir a realidade brasileira, território imaginário que se manifesta na resistência a assumir uma linguagem padrão que no campo do jornalismo se materializa na burocracia do lide tradicional, na busca de sentidos fechados, que contaminam a vida e, por extensão, a linguagem.

Mas esse discurso de resistência em torno de *piauí* arrasta consigo um ponto de vista elitizado, do charme perdido das elites de um Rio de Janeiro de extrema desigualdade social. Mesmo quando o sentido é apontar a decadência das elites cariocas, há uma nostalgia dos velhos tempos, da convivência pacífica entre o morro e a cidade.

Esse aspecto não é predominante. A marca maior do interdiscurso, entretanto, é esse desejo de a um só tempo resgatar o “olhar *Pasquim*” e mirar os movimentos libertários dos anos 60 com olhos novos, contemporâneos. Movimento do interdiscurso no intradiscurso a provocar um deslocamento de sentido, como demanda de setores da sociedade brasileira na sempre inacabada obra de (re)construção de uma identidade nacional.

4.2 O FIM DA DITADURA E OS ARQUIVOS DA DÉCADA DE 60

Até agora, neste capítulo, demonstramos como a presença do interdiscurso em *piauí* se dá através de referências aos movimentos libertários dos anos 60. Mostramos como o choque entre o discurso de uma esquerda revolucionária e a contracultura produziu, no Brasil, uma outra formação discursiva, marcada pela ambigüidade na relação com o sentido, pela desconfiança em relação às visões de mundo muito seguras de si. O espaço de circulação desse discurso se deu, na imprensa dos anos 60, no semanário *O Pasquim*. Buscamos, em seguida, apontar a influência de *O Pasquim* em *piauí*. Enfatizamos na nova revista a dicotomia entre a sedução e a crítica em relação ao imaginário dos anos 60: ao mesmo tempo em que aponta um excesso de auto-promoção pelos protagonistas dessa história, reconhece nela um caminho humanista em falta na sociedade contemporânea. Há, por trás dessa relação dúbia com os valores dos anos 60, a reflexão sobre o momento em que o conteúdo cedeu lugar ao culto das aparências. Esse segundo aspecto – a retomada do humanismo, do valor das idéias em relação às aparências – estaria por trás de uma posição enunciativa a partir da qual *piauí* olha o presente. É o campo do pré-construído a nortear a linha editorial da nova revista.

O intervalo entre a década de 60 e o surgimento de *piauí* em 2006 é marcado por profundas mudanças na história do país. Como se sabe, saímos da Ditadura Militar e atravessamos uma fase de ingresso mais efetivo na ordem neoliberal, entre tantos pequenos e grandes acontecimentos. A partir da materialidade dos textos publicados na revista, é possível perceber a movimentação da formação discursiva dos anos 60 em outros momentos históricos, sobretudo a década de 80.

Assim, consideramos pertinente observar o eco dos anos 60 nos anos 80 a partir de alguns enunciados em *piauí*. Não é nosso propósito aprofundar essa análise, mas apontar o movimento dessa formação discursiva no hiato entre os anos 60 e o lançamento de *piauí*, para melhor entendermos a maneira como elas irrompem na nova revista. Nessa trajetória, o imperativo do neoliberalismo é decisivo por colocar à margem os “arquivos de

brasilidade” dos anos 60, trazendo para o primeiro plano o acesso mais efetivo do país ao mundo globalizado.

O reingresso do país ao regime democrático, nos anos 80, foi caracterizado por intensos debates em que se tentava montar um quebra-cabeça cujas principais peças faziam parte do ambiente revolucionário dos anos 60: a volta dos exilados políticos e os grupos que disputariam o poder num cenário de hiperinflação (a agonia do milagre econômico). A expectativa de retomada desses arquivos pós-Ditadura das formações discursivas que estavam em cena nos anos 60 se frustrou, como observa Lucy Dias:

Em vez de um balanço daquele projeto de intervenção política ou mesmo das cores da autocrítica, o que vimos foi o empenho obstinado na valorização das formas de experiência que estiveram ausentes de sua vivência e de sua militância (...). Passamos do aparelho subversivo para o restaurante macrobiótico (...). A classe média e a grande imprensa – antes refratária ao *desbunde* brabo – agora parecem o terreno mais adequado para a confraternização de novas idéias, para o debate acerca da importância do jogo de búzios ou para a discussão sobre como a esquerda vai para a cama (DIAS, 2003, p. 339).

Nesse ambiente, o grande porta-voz da formação discursiva retomada em *piauí* submerge, encerra seu ciclo. “E isso valia inclusive para o desbundado *O Pasquim*, aqui dedurado em carta por um leitor da época (...): *O Pasquim* envelheceu, ficou broxa, imbecilizou-se (...) muito cuidado com o vírus da burrice” (DIAS, 2003, p. 342). Há, na análise de Lucy Dias, a constatação do predomínio das imagens sobre o conteúdo, no momento em que a volta da democracia frustrou a expectativa pela retomada desse fio discursivo.

Os sentidos migram e as formações discursivas se deslocam, procuram novos lugares, onde possam incorporar as mudanças da sociedade. O período coincide com a chegada da ideologia punk ao Brasil, movimento surgido na Inglaterra da década de 70: “uma contracultura internacionalista de luta e ação direta feita através da revolta e do ódio de jovens proletários indignados com a podre realidade mantida pelo sistema vigente” (DIAS, 2003, p. 344).

O novo rock brasileiro incorpora a discursividade punk, misturando-a à tradição da música brasileira e à contracultura, revitalizando certo discurso gasto dos grandes nomes da Música Brasileira surgidos nos anos 60. Alguns enunciados em *piauí* também lançam um olhar contemporâneo sobre o período. O jornalista e músico Cadão Volpato foi

personagem do rock dos anos 80 e traz sua memória para as páginas da revista na reportagem *A passagem do professor CDF*.

O rock brasileiro era então mais rústico, vivia no ostracismo. A mpb mandava. Ela era de uma platitude sem fim, uma dor de cotovelo sinistra e asfixiante. (...). Pois o rock gritou. Gritou em Brasília, com a Legião Urbana, o Capital Inicial, a Escola de Escândalos, a Plebe Rude. Gritou em São Paulo, com os Voluntários da Pátria, o Ira, o Smack, as Mercenárias. No Rio, deu uma de Stones com o Barão Vermelho e o Cazuza, e uma boa gargalhada com a Blitz (*PIAUÍ*, nº 10, jul. 2007, p. 55).

Sem querer nos estendermos na análise do rock brasileiro, é interessante realçar como a temática das letras dialogava com as questões da contracultura⁶⁴. No próprio enunciado recortado acima, aparece a comparação do Barão Vermelho com os Rolling Stones. O marco do novo rock brasileiro foi o festival *Rock in Rio*, em 1985, período que coincide com o final da Ditadura. Houve, nesse momento, o grito do rock contra “uma MPB sinistra e asfixiante” (*PIAUÍ*, nº 10, jul. 2007, p. 55). Vale lembrar que os artistas da chamada MPB surgiram no ambiente dos anos 60. O envelhecimento desse discurso se deu na volta da democracia com a irrupção da música jovem, urbana, com temática contracultural. Há uma relação de alteridade entre o rock e a MPB que aponta para essa movimentação das formações discursivas dos anos 60, no fim do ciclo militar. O rock brasileiro dos anos 80 buscou um deslocamento em relação ao discurso da MPB que passa por uma revisitação à contracultura.

Mas não é só. O humor originário de *O Pasquim* – cujo alvo são os costumes e moralismos da classe média, conforme definição de Almeida (2006) – reverbera em duas publicações dos anos 80: a revista de quadrinhos paulistana *Chiclete com Banana* e o jornal carioca, *Planeta Diário*. As referências interdiscursivas a essas duas publicações têm marcas visíveis na superfície dos textos em *piauí*.

O jornal *Planeta Diário* – antecessor da revista *Casseta e Planeta*, que originou o programa de TV com o mesmo nome – circulou na segunda metade dos anos 80 e tinha como lema “jornalismo mentira, humorismo verdade”⁶⁵. O humorista Marcelo Madureira é um dos fundadores do jornal, iniciou sua carreira em *O Pasquim* e é, hoje, colaborador frequente de *piauí*. Não há como não lembrar os falsos destinos turísticos

⁶⁴ As músicas de Cazuza são as que mais atualizam a temática da contracultura. Versos como “não ligue pra essas caras tristes, fingindo que a gente não existe. Sentadas são tão engraçadas, donas das suas salas” (Bete Balanço, 1984); ou então “Meus heróis morreram de overdose, meus inimigos estão no poder” (Ideologia, 1988).

⁶⁵ CANÔNICO, Marco. Antologia reúne grandes tiradas do Planeta Diário. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 20 nov. 2007. Ilustrada, p. E6. A reportagem foi sobre o lançamento de um livro da Antologia do *Planeta Diário*: “o livro é uma espécie de seqüência natural para as antologias do *Pasquim* que a editora lançou”.

analisados anteriormente: *Phaic Tan* (PIAUÍ, nº 07, abr. 2007) e *Molvânia* (PIAUÍ, nº 01, set. 2006) são a reencarnação explícita do “humorismo verdade, jornalismo mentira”. Na edição que comemora um ano de *piauí*, em outubro de 2007, o interdiscurso do *Planeta Diário* aparece como uma intenção mesmo⁶⁶.

A presença do *Chiclete com Banana* se faz notar nos quadrinhos de Angeli, já analisados nesse trabalho, como o quadro *República dos Bananas* (PIAUÍ, nº 13, out. 2007) e a auto-biografia comentada há pouco.

Há, ainda, outro exemplo que gostaríamos de apontar como presença interdiscursiva desse humor que se volta para os costumes brasileiros, sobretudo para a classe média. Na seção de *piauí* chamada *tipos brasileiros*, a verve dessa formação discursiva – vinda de *O Pasquim* e ecoando no *Casseta e Planeta* e em *Chiclete com Banana* – também se faz presente. São textos ficcionais, alguns assinados por Marcelo Madureira, que tentam descrever a visão de mundo de personalidades que trafegam no meio social brasileiro, sobretudo na classe média.

A perua com luzes: Meu nome é Maria Deodorina Palhares da Silva, mas só os que me odeiam muito me chamam assim. Para os que me toleram, sou Lillydebsy Palhares (...). Minha ocupação: perua. (...). Para começo de conversa, informo que ser perua dá muito trabalho, e que perua e madame não são a mesma coisa. Quase todas as madames são peruas, mas nem toda perua é madame. (...). Tenho de dar duro para receber em dia e administrar direitinho as três pensões dos meus ex-maridos (PIAUÍ, nº 10, jul. 2007, p. 19)⁶⁷.

O locutor esportivo: O narrador trabalha com outras ciências que nós, os telespectadores, não alcançamos. (...). – Sensacional! Dida defendeu a bomba de Beckham bem embaixo do ângulo central da trave! (...). No Brasil, o narrador dos dias de hoje continua convencido de que o grande espetáculo não é o jogo, mas a sua voz e o que ele tem a dizer. Certamente por isso, como qualquer bom economista, o narrador também diz o óbvio de maneira prolixa, pomposa e, às vezes, incompreensível (PIAUÍ, nº 11, ago. 2007, p. 21)⁶⁸.

O indignado anônimo: Ele odeia o apelido que lhe caiu feito luva no botequim da esquina. “Indignaldo é o cacete!” – reagiu, bravo (...). Das guimbas que o sujeito do 501 joga pela janela ao aquecimento global, tudo é motivo para um discurso exaltado do pobre Indignaldo. (...). Meio Rui

⁶⁶ Os três criadores do jornal, Cláudio Paiva, Hubert Aranha e Reinaldo Figueiredo, surgiram em *O Pasquim*. A revista *Chiclete com Banana*, criada por Angeli, também tem sua matriz em *O Pasquim*, mas desloca o seu alvo para os tipos e tribos urbanos, sob influência, principalmente, do movimento punk na capital paulista. As criações de Angeli ilustram com frequência as páginas de *piauí*, e até a clássica figura do pingüim, com a boina de Che, é uma criação sua.

⁶⁷ Reportagem intitulada *A perua com luzes*, de Marcos Caetano.

⁶⁸ Reportagem intitulada *O locutor esportivo*, de Arapuã.

Barbosa, meio Arnaldo Jabor – fazendo jus ao apelido que detesta ouvir (*PIAUÍ*, nº 12, set. 2007, p. 21)⁶⁹.

O famoso de revista: O mundo é absolutamente cor-de-rosa para o famoso de revista. É uma seqüência interminável e delirante de eventos. Porque o evento é a única atividade humana que o famoso de revista reconhece e frequenta. (...). São eventos em que posa para fotos sempre exibindo um enorme, um imenso sorriso. E que dentes! (*PIAUÍ*, nº 13, out. 2007, p. 31)⁷⁰.

Os tipos brasileiros são retratados na revista tanto pelo heroísmo com que enfrentam as dificuldades do dia-a-dia (como nos textos da seção *diário*, já analisados: o dia-a-dia de um caixa de supermercado, de um ascensorista), quanto pelo lado caricato, como nos exemplos acima. O humor é um artifício para expor as contradições de um país em que a luta pela sobrevivência da maioria convive com estilos de vida de cultivo das aparências, como no relato da perua, do famoso de revista. Essa questão entre um mundo superficial das aparências e a busca pela reflexão é central no discurso de *piauí*, ela está por trás do enunciado *a revista para quem gostar de ler*, na mistura dos gêneros no interior da revista, na relação estabelecida com o excesso de imagens na vida contemporânea, no lugar da poesia, na presença do interdiscurso cuja matriz está nas utopias dos anos 60.

Na década de 90, com o ingresso mais efetivo do país na globalização, houve uma mudança nos ideais de vida a partir dos pressupostos da sociedade neoliberal. O sonho revolucionário do proletariado gerou, numa escala global, um ambiente de competitividade.

Muitos pisos de fábricas e corredores de escritório se tornaram palco de uma competição acirrada entre indivíduos lutando para que os chefes os percebam e os contemplem com um aceno de aprovação – em vez de serem, como no passado, estufas da solidariedade proletária na luta por uma sociedade melhor (BAUMAN, 2004, p. 40).

No Brasil, a grande imprensa trilhou o caminho da inscrição do país na sociedade neoliberal, expressões como “abertura de mercado” e “competitividade” passaram a predominar na linguagem dos jornais e revistas. Os anos do governo Collor foram bastante significativos nesse movimento e marca a espetacularização da imagem política, como no relato de Mario Sergio Conti, no livro *Notícias do Planalto*.

O Presidente juntava símbolos da juventude (foi fotografado de camiseta, tênis e abrigo), de esportista (corria, jogava futebol e vôlei), de religioso (aparecia ao lado de Frei Damião), de ecologista (visitando a Amazônia), de

⁶⁹ Reportagem intitulada *O indignado anônimo*, de Alfredo Ribeiro.

⁷⁰ Reportagem intitulada *O famoso de revista*, de Marcelo Madureira.

playboy (pilotando motocicleta e Jet-Ski), de intelectual (carregando um livro de Norberto Bobbio), de Soldado (uniformizado como Rambo) e de rico consumista (usando gravatas Hermes, tomando uísque Logan e fumando charutos cubanos) (CONTI, 1999, p. 337).

As imagens do ex-presidente marcam a guinada do país rumo ao neoliberalismo. Esse período acentua, observa Birman (2006), o fosso entre ricos e pobres.

Como consequência do neoliberalismo, o que nos países capitalistas aconteceu de forma mais branda, em função da presença mais poderosa do estado de bem estar social e da força das instituições sociais, no Brasil se transformou numa verdadeira catástrofe. Isso porque a fragilidade das instituições e o descaso das autoridades políticas num país secularmente miserável, permeado pelas desigualdades terríficas do gozo, levou à destruição completa milhares de pessoas (BIRMAN, 2006, p. 73).

Os anos 90 são o período em que o imperativo neoliberal, enquanto dominação discursiva, empurrou para a periferia os “arquivos da brasilidade” dos anos 60. O imperativo da globalização gerou um discurso de um mundo uniforme, asséptico, tecnológico. Indivíduos que hoje têm entre 40 e 50 anos, vivenciaram em seus corpos e mentes esse trajeto histórico: a irrupção e declínio de uma ou outra formação discursiva, “costurando pedaços de uma micro-história que não foi apagada porque vive em nós” (DIAS, 2003, p. 18). São essas pessoas o principal alvo de *piauí*. É a partir do compartilhamento dessa memória que a idéia de uma comunidade de sentido a partir da nova revista se faz.

Resistência a um mundo que tende a se uniformizar com shoppings iguais, condomínios iguais e uma enorme exclusão do outro. O ponto de partida de *piauí* é mais do que a extensão geográfica da zona sul carioca, é o imaginário de um período em que se cultivava a vontade de mudar o mundo e o prazer de viver. A rede discursiva que *piauí* reflete enquanto espaço de resistência aponta para uma demanda social de mudanças. A irrupção de *piauí* sinaliza que podemos estar num desses momentos de mudança.

O desenvolvimento do mundo histórico é ipso facto o desdobramento de um mundo de significações. Em outras palavras, saber se a transformação histórica atingiu o ponto em que as antigas categorias e o antigo método devem ser reconsiderados é em cada ocasião uma questão concreta (CASTORÍADES, 1982, p. 25).

A questão que se coloca é sobre os possíveis movimentos discursivos a partir da intensificação da globalização nas últimas décadas. Stuart Hall (2001) chama a atenção para o fato de que o trânsito de mercadorias e imagens vendendo o capitalismo provocou, nas

últimas décadas, um movimento migratório dos países pobres em direção aos ricos. Houve, a partir disso, um rearranjo das identidades nacionais, com a convivência de populações de todo o mundo nos grandes centros urbanos. Esse fenômeno gera movimentos contraditórios em relação às novas identidades. De um lado, estão teorias e práticas da tradição que preconizam a recuperação de uma pureza anterior. De outro, a tradução, uma aceitação do movimento da história e a produção de novas identidades a partir da valorização da alteridade.

Chamamos a atenção há pouco para o fato de que a brasilidade em *piauí* não se dá no sentido da valorização dos elementos nacionais numa perspectiva de fechamento para o outro. É um aparente paradoxo desses tempos de intensas trocas culturais entre etnias diversas, observado por Stuart Hall (2001) e por outros teóricos contemporâneos que se dedicam a pensar a identidade. O reforço da identidade de cada etnia é uma forma de inscrever as suas particularidades no jogo da globalização como resistência à homogeneização. Desde que não resvale nos aspectos racistas, a busca da diferença é um antídoto contra uma dominação discursiva das grandes corporações no capitalismo internacional, que gera uma homogeneização tediosa de discursos e comportamentos.

O movimento da globalização é de enfraquecimento do Estado nação, a mais soberana forma de identificação da modernidade. Essa crise, alerta Bauman (2004), abala a relação de confiança e faz com que as identificações flutuem à deriva, “em busca de abrigos alternativos” (BAUMAN, 2004, p. 51). Nessa situação, há o risco das posições extremadas, igualmente negativas. A primeira é o racismo cultural (HALL, 2001, p. 90), quando a ameaça da perda de identidades regionais, motivada pela globalização, justifica um fechamento à alteridade. O segundo risco é se deixar levar pelo fluxo da globalização sem resistir a seu poder homogeneizante e padronizador, quase sempre calcado nos valores do capitalismo internacional. Esse segundo movimento cria a perda do lastro com a história e o imaginário de cada etnia. A resistência em *piauí* passa pela retomada dos vínculos com o imaginário de brasilidade, considerando a abertura para o outro.

Assim, há um esforço para demonstrar o comportamento padronizado nas reportagens de *piauí* analisadas há pouco: no relato da diversão na noite paulistana, em que todos agem de forma igual (riem, dançam, olham), assim como na arquitetura da Barra da Tijuca e dos shoppings. A padronização aparece no movimento global das elites, nas suas formas de morar, de se divertir, no Rio, em São Paulo ou em Nova York. O ponto de vista cosmopolita, presente em *piauí*, procura valorizar os exemplos humanos, se abrir à alteridade no nosso próprio território e no mundo. Na edição de número 19, *piauí* mostra, na seção

diário, o dia-a-dia de uma refugiada palestina que vive em Mogi das Cruzes, interior de São Paulo. Um relato que exemplifica a questão das identidades na sociedade globalizada⁷¹.

Domingo, 17 de fevereiro: Almocei sozinha uma salada simples. Muito mais fácil do que cozinhar na tenda do acampamento. (...). Depois sentei para assistir televisão. No canal 7 [Rede Record], gosto de um programa chamado Tudo é Possível. Apesar de não entender quase nada, acompanho do mesmo jeito. Outro dia vi um adestrador de animais fazendo verdadeiros milagres. (...). Muito divertido. Nas tevês iraquianas e jordanianas, sempre assistia a programas de comédia, principalmente filmes de humor e sitcoms em árabe. Rir é ótimo (*PIAUÍ*, nº 19, abr. 2008, p. 14).

A jovem palestina tenta enfrentar a dificuldade de adaptação à nova cultura através da televisão, buscando familiaridades, identificações com as suas origens. O seu relato exemplifica a mudança de paradigma em relação ao Marxismo apontada por Bauman (2004). A disfunção mais explosiva do capitalismo não está mais na exploração apontada por Marx há 150 anos, mas na exclusão, “que hoje está na base dos casos mais evidentes de polarização social, de aprofundamento da desigualdade e de aumento no volume de pobreza, miséria e humilhação” (BAUMAN, 2004, p. 47). O movimento discursivo em *piauí* é de apontar essa exclusão, ela se faz presente no ensaio fotográfico sobre as formas de moradia das populações pobres, analisado anteriormente, na seção *diário*, que dá voz a operários pobres do Brasil. É por aí que o discurso da revista se abre a esse todos nós do mundo: “curto e grosso, ou nadamos juntos ou afundamos juntos” (BAUMAN, 2004, p. 95).

Há, no discurso de *piauí*, um movimento pendular. De um lado, essa abertura para a alteridade nos tempos globalizados, de outro, a busca de uma memória brasileira como reforço de nossa identificação com aspectos culturais ameaçados por essa mesma globalização, valorizando o que nos torna diferentes num mundo de iguais. A própria presença da contracultura como marca interdiscursiva em *piauí*, conforme já foi demonstrado, retoma o fio da promessa de um humanismo planetário. A linguagem do rock dos anos 60 é um prenúncio de uma nova identidade aberta à diversidade, à mistura de elementos europeus e africanos num discurso que fala sobre questões universais da juventude. A recepção dessas influências no ambiente brasileiro e sua modificação no interior do Tropicalismo, a partir da revisitação a antropofagia, já apontava para a valorização da própria etnia, considerando a abertura para o discurso do outro.

Assim, na busca de uma origem por trás das origens, vamos encontrar o elemento da antropofagia como presença interdiscursiva em *piauí*. A idéia síntese da

⁷¹ Reportagem intitulada *Uma palestina em Mogi*, de Ayeda Rajai Nasri Ama.

antropofagia – estar aberto para as influências externas, mas preservar delas apenas o que nutre – é apropriada para as relações da identidade na globalização. É um caminho do meio, entre o risco dos dois extremos apontados acima: o do racismo cultural e da adesão padronizada. O equilíbrio entre necessidade de se afirmar sem se fechar parece estar na matriz de sentido do manifesto oswaldiano. Boaventura de Sousa Santos (2001) observa no pensamento de Oswald de Andrade a fundação de um universo de diálogo.

Acima de tudo, Oswald de Andrade sabe que a única verdadeira descoberta é a auto-descoberta e que esta implica presentificar o outro e conhecer a posição de poder a partir do qual é possível a apropriação seletiva e transformadora dele (SOUSA SANTOS, 2001, p. 136).

Essa estratégia que está na origem da cultura brasileira moderna ecoa, como veremos, em *piauí*, a começar pelo nome de matriz tupi-guarani: o lugar, por excelência, da antropofagia oswaldiana.

4.3 PIAUÍ IMAGINÁRIO: O NOVO ELDORADO

Os editores de *piauí* apontam uma gratuidade nas motivações que os levaram a escolher o nome da revista. O editor João Moreira Salles fala na sonoridade da palavra de muitas vogais como uma provável causa dessa escolha. Numa entrevista encaminhada pelo editor da revista ele diz, textualmente: “Gosto de palavras com muitas vogais, e *piauí* tem várias. O som é bonito. Parece banal, e talvez seja mesmo, mas a razão é essa. Vogais amolecem as palavras. Elas ficam mais simpáticas. *piauí* é uma palavra simpática”⁷². Na *Carta de intenções*, há a referência, bem humorada, à questão: “A revista tentará explicar o que teima em ser obscuro (com uma exceção: o motivo de *piauí* se chamar *piauí*, mistério insondável que desafia a ciência)”⁷³. O nome *piauí* se inscreve, nessa intenção, na dimensão de significante. Há, por parte dos editores, um esforço de apagamento dos possíveis significados que a palavra possa sugerir. Se, para Gilles Deleuze (2006), “o sentido não se confunde com a significação mesma, mas ele é o que se atribui de maneira a determinar o significante como tal e o significado como tal” (DELEUZE, 2006, p. 54), temos um paradoxal sentido-significante de *piauí*, a gerar uma abertura de significados a serem preenchidos pelo

⁷² Essa entrevista nos foi passada pela assessoria de João Moreira Salles. Ela foi dada originalmente a um grupo de estudantes cariocas e não foi publicada. O texto, na íntegra, está em anexo.

⁷³ Material em anexo.

leitor, aquele *que tem um parafuso a mais*. Também nessa questão, se instala a marca da ambigüidade: a falta de uma explicação didática sobre a escolha do nome representa metonimicamente o sentido da nova revista. Há uma abertura especulativa no jogo com o leitor, para que ele busque as razões para o nome da revista. A forma como o enunciado da gratuidade da escolha do nome aparece, aponta para uma viga mestra na constituição identitária do novo veículo: trabalhar na ambigüidade do sentido, embaralhar significantes e significados. Existirá, de fato, *Phaic Tan?* O que é significante e significado na figura de Che Guevara com a camiseta de Bart Simpson?

A primeira – e mais óbvia – explicação para a razão do nome passa pela relação entre o signo *piauí* e seu referente: o estado mais pobre da federação. O estado surge como pauta da revista desde o primeiro número, que traz uma reportagem chamada *Raquetadas no piauí*, de Cassiano Elek Machado, sobre um esporte praticado nas praias de Teresina, o Badminton (*PIAUÍ*, nº 01, out. 2006, p. 12). Mais sintomática é uma narrativa que revela a desimportância que o estado ganha na cobertura predominante na mídia brasileira. Trata-se do esquecimento do *Guia Quatro Rodas*.

Das dezoito páginas dedicadas ao nordeste – todas com fotos grandiosas, mapas minuciosos e dicas imperdíveis, oito são gastas com as praias e as chapadas da Bahia. Duas falam de Sergipe e Alagoas, “gigantes no turismo” (...). Mas justo na hora de cruzar a fronteira e entrar no Piauí, o guia dá um salto e aterrissa, sem escalas, no Maranhão (...). Os piauienses sentiram o golpe. Há anos eles têm a sensação de não existir. Já se tornou célebre o episódio de 1998, quando um livro didático de geografia, editado no Paraná, simplesmente elidiu o estado (...). O estado resolveu lançar uma grande campanha para levantar o astral da população. O lema é direto: “Piauí: é feliz quem vive aqui” (*PIAUÍ*, nº 01, out. 2006, p. 12).

O tema do esquecimento de Piauí reaparece na narrativa de um protesto em Teresina contra um executivo que declarou ao *Jornal Valor*: “se o Piauí deixar de existir ninguém vai ficar chateado” (*PIAUÍ*, nº 12, set. 2007, p. 14). A União da Juventude socialista do Piauí foi às ruas e destruiu eletrodomésticos da Philips: a empresa em que o executivo trabalha.

Na *Carta de intenções* da revista se diz que *piauí* “dará importância ao que, por ignorado, é tido como insignificante”⁷⁴. Esse enunciado, a escolha do nome e as pautas freqüentes sobre o esquecimento do estado do Piauí demonstram uma intenção de significar o (in)significante. Nesse contexto, as referências ao estado mais pobre da federação indicam um

⁷⁴ Material em anexo.

rompimento com o eixo urbano Rio-São Paulo, ainda predominante no ponto de vista a partir do qual o jornalismo tradicional trata o país. É no movimento de olhar o Piauí (apontar o esquecido) e olhar o mundo a partir de Piauí (falar do lugar do esquecido) que a nova revista se inscreve no jogo discursivo contemporâneo.

O efeito de sentido gerado por esse movimento nos remete a questões que se relacionam com a origem discursiva do Brasil, o novo mundo descoberto pelos europeus. Piauí é palavra de origem indígena, tupi-guarani, faz referência aos povos que habitavam nossa terra antes da chegada do Europeu⁷⁵. Eni Orlandi (2003), ao analisar os discursos fundadores da brasilidade – aqueles que são referência no imaginário constitutivo do país e instalam as condições de formação de outros discursos –, aponta o esforço da catequese para se criar um país grande, uno e cristão como a base do imaginário de nossa identidade.

Os colonizadores viam os índios como preguiçosos, mentirosos. Essas qualidades “naturais” atribuídas aos brasileiros podem, na concepção de Orlandi, serem interpretados como um sinal de resistência: “um modo de não responder ao poder exercido pelo colonizador para se submeter” (ORLANDI, 2003, p. 21). Assim, o discurso sobre o elemento indígena na história brasileira aparece ora como o selvagem, que precisaria se civilizar no paradigma da superioridade racial dos europeus, ora com traços idealizados, na linha do bom selvagem de Rousseau, presente no romantismo de José de Alencar⁷⁶.

No campo do imaginário, ocorre uma inversão semântica introduzida pelo *Manifesto Antropofágico* de Oswald de Andrade na medida em que há uma reversão do significado simbólico da antropofagia como impedimento de civilização (conforme preconizava a catequese européia) para atribuir ao índio uma “posição enunciativa” (NUNES, 2003). O poeta modernista cria uma identificação com o elemento indígena e lembra ao colonizador que era o índio quem estava aqui antes do europeu.

A posição enunciativa do índio remete, portanto, a uma origem anterior à dicotomia colonizador-colonizado, que são as figuras retóricas dominantes do discurso brasileiro, na concepção do psicanalista Contardo Calligaris (1996). As marcas simbólicas do colonizador seriam a necessidade de imposição de uma nova língua à nova terra, o abandono da figura do pai na terra de origem e o imperativo do gozo sem limite no novo território. Calligaris observa que até o nome da nova terra, Brasil, se refere à um produto de exploração, “o primeiro e esgotado” (CALLIGARIS, 1996, p. 34). O colonizado, por sua vez, é aquele

⁷⁵ De acordo com alguns dicionários tupi-guarani consultados, piauí quer dizer “rio de piauí”, um tipo de peixe consumido pelos índios.

⁷⁶ Renato Ortiz (ORTIZ, Renato. **Cultura brasileira e identidade nacional**. São Paulo: Brasiliense, 1985) faz uma interessante discussão sobre a construção história da identidade nacional.

que inscreveu na bandeira o enunciado positivista – *Ordem e Progresso* – e se ressentia da falta de um interdito paterno que “impondo limites ao gozo, fizesse dele um sujeito” (CALLIGARIS, 1996, p. 20). O país, do ponto de vista do colonizado, não soube ser pai e não foi capaz de organizar um quadro social que outorgue uma cidadania. Assim, o imaginário brasileiro oscilaria entre o gozo sem limites (do colonizador) e a carência paterna (no colonizado), saudoso de um pai ausente.

O psicanalista vê o antropofagismo como um “amalgama conciliatório” diante das dificuldades do significante nacional. “O que faz um entre nós e que somos devoradores de uns” (CALLIGARIS, 1996, p. 34). O antropofagismo se esforça para construir a noção da identidade nacional a partir do ponto de vista do colonizado, o movimento atualiza – sempre no campo simbólico – a noção de uma terra mestiça, feita da mistura de raças. Renato Ortiz (1985) considera que há uma transformação na passagem da sociedade escravista para a capitalista. Num primeiro momento, o negro não é sequer considerado, o mestiço é visto como raça inferior em relação à européia e, posteriormente, se transforma em marca da identidade nacional. Assim, historicamente, a identidade nacional se funda no início do capitalismo sobre o mito da mistura das três raças – índia, negra e européia – e a antropofagia remete (simbolicamente) ao elemento indígena esse papel constituinte de uma possibilidade de construção de nação. Ao fazê-lo, se coloca num lugar enunciativo de resistência em relação aos valores europeus. Só desse lugar seria possível fundar uma identidade própria, resultante da mistura de influências, digerida pelo organismo brasileiro onde seria feita a separação do que nutre e do que deve ser desprezado.

A antropofagia oswaldiana ecoa em *piauí* como marca interdiscursiva. A *Carta de intenções* da revista tem elementos sintáticos e semânticos que lembram o *Manifesto Antropofágico*: ambos têm parágrafos curtos, adotam o humor como estratégia de desqualificação do outro e localizam na linguagem o centro da transformação que se busca empreender.

Assim, enquanto o *Manifesto Antropofágico* avisa: “Foi porque nunca tivemos gramáticas (...) Contra o Padre Vieira (...) deixou o dinheiro em Portugal e nos trouxe a lábia” (ANDRADE, 1928, p. 09); *piauí* estabelece: “fugirá do academicismo, da vulgaridade, do beletrismo” (*CARTA DE INTENÇÕES*)⁷⁷. Há, ainda, uma referência textual ao *Manifesto Antropofágico* quando se diz que *piauí* “não será sisuda”. Oswald de Andrade se faz presente

⁷⁷ Material em anexo.

com “alegria é a prova dos nove”, enunciado do *Manifesto Antropofágico*, retomado de maneira literal na *Carta de intenções*.

Não é o caso de se fazer uma exaustiva comparação entre o *Manifesto Antropofágico* e a *Carta de intenções* de *piauí*, mas de observar a retomada dessa intenção do manifesto como estratégia de se impor no jogo discursivo da mídia brasileira. A escolha de uma forma-manifesto, roubada dos movimentos de vanguarda artística fundadores da modernidade, é um recurso semântico de ocupar o lugar da vanguarda na imprensa brasileira. *piauí* surge como espaço de renovação, de respiro, de (re)fundação de sentidos. A *Carta de intenções* aparece como memória do manifesto oswaldiano a nos lembrar que, uma vez mais, a intenção é romper com os cânones estabelecidos.

Vejamos a forma como Oswald de Andrade encerra o seu manifesto e a última frase da *Carta de intenções* de *piauí*. *Manifesto Antropofágico*: “Contra a realidade social, vestida e opressora, cadastrada por Freud – a realidade sem complexos, sem prostituições e sem penitenciárias do matriarcado de Pindorama” (ANDRADE, 1928, p. 10). *Carta de intenções* de *piauí*:

A revista terá como matéria-prima a bagunça brasileira e, como pano de fundo, um período histórico de perplexidade geral. Num situação como essa, é melhor ser curioso, e ir atrás da realidade, do que prescrever receitas de salvação. Um pouco de ceticismo não faz mal a ninguém – e a nenhuma revista (*CARTA DE INTENÇÕES*)⁷⁸.

A referência ao real nos dois momentos se dá por caminhos opostos. O manifesto modernista se rebela contra uma realidade de imitação dos valores culturais europeus – “vestidos e opressores” – para propor, em seu lugar, a pureza do matriarcado de uma nação indígena, sem os “complexos” do colonizado. Noventa anos depois, *piauí* preconiza um debruçar sobre a realidade, nos acontecimentos em que se verifica “a bagunça brasileira num período de perplexidade geral”.

Se na antropofagia oswaldiana o outro discursivo é o colonizador europeu, ou os brasileiros que tentavam imitar os traços civilizatórios, em *piauí*, o outro é o discurso predominante na mídia, padronizador de comportamentos, aquele cujo vocabulário não ultrapassa as cem palavras. É um jornalismo que perde o vínculo com nosso processo histórico.

Da mesma forma como, na visão do colonizador, o índio só tinha sentido se incorporasse os significados do mundo cristão, a ignorância sobre o estado do Piauí

⁷⁸ Material em anexo.

demonstra a predominância do sudeste brasileiro como lugar enunciativo para se olhar as outras regiões do país. Numa outra escala, o discurso globalizador também vê o Brasil, a América Latina e a África a partir da perspectiva dos países ricos. É esse um dos principais apontamentos ideológicos do discurso de *piauí* e aparece em vários fragmentos analisados anteriormente. *piauí* aposta numa inversão: ver o mundo globalizado a partir do insignificante. Para isso, a estratégia não é se fechar num movimento provinciano, mas se abrir ao cosmopolitismo. É de uma identidade brasileira possível que se está a falar e a buscar na memória: identidade fragmentada e em constante construção, que se junta a outros territórios da exclusão e ao lugar dos esquecidos na áspera linguagem da globalização. Renato Ortiz nos lembra que “não existe uma identidade autêntica, mas uma pluralidade de identidades, construída por diferentes grupos sociais em diferentes momentos históricos” (ORTIZ, 1985, p. 08). Esse sentido estaria por trás da escolha de um nome brasileiro, indígena, de um estado pobre e que retoma o mito da fundação de nossa terra.

Ocorre, surpreendentemente, que esse povo nascente, em lugar de uma Lusitânia de ultramar, se configura como um povo em si, que luta desde então para tomar consciência de si mesmo e realizar suas potencialidades (RIBEIRO, 2006, p. 405).

Contardo Calligaris (1996) aponta uma oscilação entre a incerteza e a certeza de ser como uma marca do conúbio colonizador e colonizado em cada brasileiro, cujo efeito justificaria uma necessidade de fundar e refundar, a cada dia, a idéia de nação (provocando um apagamento da história), marca presente, sobretudo, após o final da Ditadura Militar, em enunciados como “nova república”, “Cruzado novo”. Guardadas as proporções, nos parece claro que *piauí* é mais uma tentativa de fundação no terreno do discurso. A questão que se coloca é: quais os termos dessa nova invenção do Brasil, qual país se quer, afinal, (re)fundar nessa nova prática discursiva?

Apesar de estar permeada pelo que denominamos de “arquivos de brasilidade”, *piauí* não é, como acreditamos ter demonstrado, um território de apego cego às tradições culturais brasileiras. Há uma contradição entre a escolha do nome – brasileiro, de origem indígena – e o próprio conteúdo da revista: com pautas cosmopolitas, no sentido de se abrirem à diversidade cultural do planeta. Há um modelo de inspiração de *piauí*: a tradicional revista americana *New Yorker*, que circula há 82 anos com espaço para o *Jornalismo Literário* e ênfase na temática cultural. Essa contradição aponta para o lugar do Brasil na sociedade globalizada. Somos um Piauí na dimensão como podemos ser olhados e na dimensão mesma

com que olhamos. Esse “olhar *piauí*” aponta, entretanto, para uma diferença brasileira à maneira de Roberto da Matta:

Poderíamos, finalmente, aprofundar as possibilidades de mediação de que, estou seguro, o mundo contemporâneo tanto precisa. Nem tanto o desencanto crítico que conduz ao primado cego do individualismo como valor absoluto, e nem tanto o primado igualmente cego da sociedade e do coletivo, que esmaga a criatividade humana e sufoca o conflito e a chama das contribuições sociais. Talvez algo no meio (DA MATTA, 1984, p. 122).

O caminho do meio apontado por Da Matta (1984) entre o excesso de individualismo e sua falta completa em nome de um projeto coletivo, é bem próximo do movimento da “esquerda festiva”, entre a revolução proletária e os imperativos do desejo individual. É o que se materializa no terreno do discurso numa revista cosmopolita – à maneira de *New Yorker* – com um significante tupi-guarani (à maneira antropofágica). Todo o interdiscurso sessentista, os “arquivos da brasilidade” nas páginas da revista, é uma memória atualizada que ajuda a constituir sentido no presente. A partir dos anos 60, assistimos a quebra de fronteiras do capitalismo, a troca física e virtual de culturas que dificultam a busca de uma identidade nacional. “As contradições ideológicas que marcam a vida cultural nacional no século XX se aproximam cada vez mais das contradições ideológicas da cultura universal, na medida em que se processa uma consolidação da internacionalização do capitalismo” (ORTIZ, 1985, p. 16).

Essa busca da experiência de afirmação da brasilidade – para além dos estereótipos – no mundo contemporâneo, permite ver em *piauí* a reprodução do efeito de alegoria verificado em produções do Cinema Novo, sobretudo no filme *Terra em Transe*, de Glauber Rocha. O clássico do Cinema Novo cria um país imaginário, Eldorado, que representa os embates ideológicos e discursivos do Brasil pós Ditadura Militar. Ismail Xavier (1993) aponta uma alegoria horizontal no filme, em que os personagens representam as várias classes sociais brasileiras naquele período histórico: a tradição cristã conservadora, a burguesia progressista, a militante da esquerda, o intelectual sensível e a estrutura quase invisível, mas presente, do capitalismo. *Terra em Transe* é uma obra central nos “arquivos de brasilidade” dos anos 60, tendo influenciado, inclusive, o cinema, o teatro e a música popular. “A opção de Glauber é pelo diagnóstico geral do país, a síntese de todos os aspectos, mesmo que seja necessário atravessar a história” (XAVIER, 1993, p. 57).

piauí almeja ser um Eldorado dos novos tempos, globalizado, tecnológico, um espaço que pretende organizar relatos vindos de diferentes extratos sociais. Uma das

estratégias para a criação dessa alegoria na revista está, no nosso entendimento, no rompimento do compromisso com a notícia, com o furo de reportagem, com as informações em primeira mão, exclusivas: essa espécie de aprisionamento do jornalismo na sociedade capitalista. Ao abrir mão dessa característica, *piauí* redefine, no seu espaço discursivo, o conceito de notícia: o dia-a-dia de um caixa de supermercado da periferia, o hobby de um político corrupto que aposta corridas de carro, a decadência de uma elite carioca falida e o dirigente esportivo polêmico compõem um mosaico de tipos brasileiros reais que se somam aos relatos de ficção reunidos no espaço da revista. É aí que se inscreve a intenção de mostrar o enredo do que parecia desconexo e fragmentado: criar um espaço imaginário que represente uma alegoria do país real numa perspectiva contemporânea. Esforço de reencontro de uma voz brasileira perdida na imprensa globalizada. Vejamos alguns exemplos desse mosaico de identidades brasileiras possíveis nas páginas da revista.

O Príncipe de Copacabana: Aos 57 anos, Diduzinho Souza Campos tem todos os motivos para ser casmurro, ressentido e rabugento, mas não é. O enfant gâté dos anos 70, que só fazia a barba no Country Club e achou ruim quando se mudou da mansão de cinco andares, em Copacabana, onde vivera 25 anos, para um apartamento debruçado sobre o mar de Ipanema, hoje mora num modesto imóvel de 85 metros quadrados no Corte do Cantagalo (*PIAUI*, nº 02, nov. 2006, p. 12)⁷⁹.

Nas curvas com Maluf: Dono de duas casas de veraneio, uma no balneário do Guarujá e outra em Campos do Jordão, Maluf frequenta mais a da montanha. “Vou dirigindo pela Rodovia dos Trabalhadores, que eu construí. Como o Porsche tem tração nas quatro rodas, funciona bem na ultrapassagem. E eu adoro ultrapassar caminhão” (*PIAUI*, nº 13, out. 2007, p. 33)⁸⁰.

A Rotina de pontos em calcinhas: De repente, uns estampidos me tiraram o pensamento: vinham da favela de Vigário Geral, que fica a uns 500 metros da fábrica. Sempre ouvimos tiros, mesmo usando protetor auricular para nos proteger do barulho das máquinas. É obrigatório, para que não tenhamos problemas de ouvido (*PIAUI*, nº 09, jun. 2007, p. 17)⁸¹.

Eurico: No Maracanã, repetiu os rituais: não apresentou crachá, visitou os jogadores no vestiário, disse um palavrão para o funcionário que vigia a entrada do gramado e se acomodou numa cabine de imprensa. (...). Aos dez

⁷⁹ Reportagem intitulada *O príncipe de Copacabana: como falir sem perder a elegância*, de Antonia Pellegrino.

⁸⁰ Reportagem intitulada *Nas curvas com Maluf: em Brasília, um test-drive emocionante pra cachorro com o ex-prefeito paulistano*, de Roberto Kaz.

⁸¹ Reportagem intitulada *A rotina dos pontos em calcinhas*, de Angela Tavares da Silva.

minutos do segundo tempo, levantou-se e avisou: “Vou mijar.” Não voltou mais (*PIAUI*, nº 19, abr. 2008, p. 31)⁸².

Domingo é dia de missa: Quem vai à missa tem esperança e o outro lado da esperança, a ansiedade, a dúvida, o sofrimento que transforma todos os que estão ali na igreja, sentados, de pé ou de joelhos, em companheiros de um mesmo momento de humanidade – solidão, procura de sentido, sofrimento, inveja, injustiça. Comungam felicidade e angústia, sofrimento e consolo (*PIAUI*, nº 03, dez. 2006, p. 37)⁸³.

Esse é a redefinição do conceito de notícia em *piauí*: retratar as várias faces da vida nacional, suas contradições e iluminações para, a partir daí, ser um espaço de organização de identidades possíveis em nosso espaço geográfico. Nos relatos, aparece o imaginário do gozo sem limites do colonizador – no político que dirige seu carro em velocidade na estrada que ele mesmo construiu – e a ausência do interdito paterno no colonizado – no dirigente esportivo que age como um imperador. Na busca de alguma unidade na diversidade, como nos lembra Darcy Ribeiro,

é de assinalar que, apesar de feitos pela fusão de matrizes tão diferenciadas, os brasileiros são, hoje, um dos povos mais homogêneos lingüística e culturalmente e também um dos mais integrados socialmente na terra (RIBEIRO, 2006, p. 410).

Uma reportagem, cujo fragmento já foi analisado anteriormente, discute a questão da representação do Brasil a partir do cinema e de nosso lugar no mundo globalizado. O modo como esses temas são tratados remete a uma síntese do discurso de *piauí* e das questões de identidade brasileira até agora apontadas na revista. Trata-se do perfil do roteirista Bráulio Mantovani, que escreveu filmes como *Cidade de Deus* e *Tropa de Elite* (ainda não lançado à época da publicação da reportagem) (*PIAUI*, nº 07, abr. 2007). A reportagem é assinada por Fernanda Torres, que é, também, uma personalidade do novo cinema brasileiro pós-Ditadura. A atriz descreve a carreira internacional de Bráulio a partir da biografia do roteirista. Fernanda nos diz que Bráulio nasceu nas “tabas do ABC”, filho de um torneiro mecânico e de uma dona de casa. A posição enunciativa do índio antropofágico se mescla ao sindicalismo moderno, espaço de resistência que mudou historicamente as relações de poder

⁸² Reportagem intitulada *Eurico: conhecedor de Dostoiévski e Victor Hugo, mas influenciado pelo O Pequeno Príncipe, o cartola deixou de ler para se dedicar totalmente ao Vasco*, de Roberto Vaz.

⁸³ Reportagem intitulada *Domingo é dia de missa: as atribulações de um católico que perdeu a fé na adolescência e reencontrou três décadas depois*, de João Sayad.

no país, tendo levado um ex-operário à presidência da república. “Bráulio é um carijó autêntico, desses que gostam de andar pelados por aí” (*PIAUI*, nº 07, abr. 2007, p. 27).

A atriz prossegue fazendo uma reflexão sobre os rumos do cinema brasileiro a partir dos anos 60, relacionando-a a trajetória do roteirista.

Diz-se que o cinema brasileiro estaria se americanizando: os roteiros seguem cada vez mais as normas do filme de mercado. Mas há gente que se pergunta se a câmera na mão e a idéia na cabeça do cinema novo não teriam contribuído para o experimentalismo excessivo, para a egolatria da figura do diretor, e, em última instância, para o afastamento do público das salas. Me parece que tudo é verdade e também não é. (...). Ironicamente, Fernando Collor, carrasco da Embrafilme, abriu o mercado brasileiro para a tecnologia estrangeira. (...). A tradição iconoclasta, simbólica, a tentativa de explicar nossa cultura, deu lugar a um cinema ligado à trama, à pequena experiência humana que, se for bem contada, serve de exemplo para a experiência universal. Não se vê mais o Clóvis Bornai de Pedro Álvares Cabral, as mulheres não tiram mais a roupa e saem correndo sem explicação cada vez que vêem uma praia deserta. O cinema brasileiro se rendeu ao realismo. (...) e por isso ele me leva a pensar nesse cinema que tem nos representado no eixo Cannes, Berlim, Veneza e, às vezes, no Oscar também. É através desse cinema que muita gente de fora nos vê. A imagem do Brasil mudou. Nem o sexo nos traduz mais, Dona Flor, Jorge Amado, ficou tudo para trás. (...). A gente sempre tem essa vontade de se livrar daqui, ganhar em dólar, viver no meio do mundo. Se for essa a vontade de Bráulio, é claro que ele vai carregar São Bernardo com ele, o sindicato, o Zé Celso, os fechamentos da Folha nos anos 80, seu primo trafica, e com tudo isso terá que aprender a humanizar os americanos. (...). Bráulio não quer ganhar rios de dinheiro e nem tem planos de mudar de país: “A minha vantagem em Hollywood é não querer ser um roteirista de Hollywood”. (...). O Bráulio é um autêntico Pau Brasil! (*PIAUI*, nº 07, abr. 2007, p. 26-31).

A atriz parte da influência da globalização no cinema brasileiro, nas narrativas dos filmes de mercado e retoma o enunciado síntese do Cinema Novo – *uma câmara na mão, uma idéia na cabeça* – para questionar se o excesso de experimentalismo teria sido responsável pelo esvaziamento de público. Além disso, faz referência a Fernando Collor, que, tendo acabado com os projetos de fomento ao cinema, fez nascer uma reação mais voltada para a eficiência de mercado. Ao passar por essa trajetória histórica, o discurso da atriz busca o lugar de uma identidade brasileira possível na sociedade globalizada.

As referências à memória do Cinema Novo no texto de Fernanda Torres se dão pelo prisma da ambigüidade: “tudo é verdade” – na forma como se pode olhar o passado e identificar uma diluição do Cinema Novo a partir do predomínio discursivo de uma experimentação por demais subjetiva – e “ao mesmo tempo não é” – no lugar histórico do Cinema Novo como possibilidade de entendimento do país, que inscreveu uma linguagem

particular no universo cinematográfico, ajudando a formar uma imagem do Brasil entre os brasileiros e no exterior. Não há como dissociar o enunciado “tudo é verdade e ao mesmo tempo não é” da própria relação estabelecida em *piauí* com a memória dos anos 60 no movimento de reconhecimento de uma força revolucionária no período, da crítica e dos elogios auto-referentes de quem protagonizou essa história. A leitura de Fernanda Torres é típica da ambigüidade apontada na formação discursiva da “esquerda festiva” a que ela se filia, conforme já comentamos.

A atriz prossegue numa reflexão sobre a nossa imagem no exterior: não são mais as mulheres nuas, os tipos saídos da literatura de Jorge Amado. Essas representações estereotipadas da brasilidade (através das quais, muitas vezes, ainda somos reconhecidos no exterior) deram lugar às narrativas das pequenas tramas, à experiência humana e, nessa mudança, nossa experiência, nos diz Torres, pode servir de exemplo para as outras culturas. A conclusão, retomando o perfil do roteirista de carreira internacional, é que a vantagem de Bráulio em Hollywood é não ser um roteirista de Hollywood. O título da reportagem e a frase final não deixam dúvidas, “Bráulio é um autêntico pau-brasil”, relacionando, inclusive, o nome do roteirista ao órgão genital masculino, como é comum na linguagem popular brasileira. Há, no enunciado, a referência a uma virilidade brasileira, a força no jogo discursivo globalizado a partir da competência técnica. Assim, o movimento da globalização nos tornou mais competitivos, o que se reflete no cinema na capacidade de criar histórias inteligíveis, bem roteirizadas, cujo exemplo maior é o filme *Cidade de Deus*.

Cidade de Deus é a melhor tradução de um cinemão maduro, com roteiro, ator, ensaio, diretor, fotografia, montagem, uma empreitada de inúmeros e complexos estágios, artísticos, humanos e tecnológicos (*PIAUÍ*, nº 07, abr. 2007, p. 29).

É uma prática da alteridade. Se assimilamos a eficiência da competitividade globalizada, retribuimos com uma voz diferente, a das formações discursivas em que estamos inscritos: o sindicalismo do ABC, a tropicália, a brasilidade. A indústria internacional do cinema precisa dessa diversidade para dar sentido às experiências multi-culturais nesse tempo de intensos fluxos migratórios e informativos.

Ao falar de Bráulio, Fernanda Torres também fala dela e, por extensão, *piauí* fala de si. O lugar de Bráulio é o lugar da revista: um novo espaço onde as novas representações de brasilidade podem circular, para dizer a nós mesmos o que nós somos. Nesse sentido, as narrativas das experiências humanas, o mosaico alegórico do país – as

pequenas tramas de que fala Torres – ajudam a buscar uma construção livre dos estereótipos. Esse novo lugar para a brasilidade em *piauí* passa pela consciência crítica em relação ao passado: os morros não são mais o espaço da convivência pacífica entre classes sociais diferentes, como sonharam os *desbundados*, mas de uma guerra que constitui a essência dos roteiros de Bráulio⁸⁴. “Será que estamos condenados a contar uma só história, a da desigualdade social? As favelas viraram o Sertão que antes, durante o Cinema Novo, era nossa metáfora predileta e nos traduzia para o resto do planeta” (*PIAUÍ*, nº 07, abr. 2007, p. 30).

Esse “lugar *piauí*” aponta a revista como um espaço de circulação de formações discursivas que estão presentes no novo cinema brasileiro, nas reflexões de sujeitos-atores, roteiristas, cineastas, artistas e pensadores contemporâneos. É a partir da concepção de que esse discurso precisava de mais um espaço de materialização mensal que o projeto da nova revista se fez. A finalidade é dar sentido à experiência brasileira na complexa sociedade contemporânea e dar forma às novas representações de brasilidade. É preciso retomar Castoriades:

Cada sociedade coloca uma visão dela mesma que é, ao mesmo tempo, uma visão do mundo (inclusive de outras sociedades das quais ela possa ter conhecimento) – e que esta visão faz parte de sua “verdade” ou de sua “realidade refletida” – para dizer como Hegel – sem que esta se reduza àquela (CASTORIÁDES, 1982, p. 54).

A forma como Fernanda Torres encerra sua reflexão-perfil do roteirista exemplifica essa interação cultural: “o herói americano é praticamente incompreensível para uma portuguesa mestiça como eu. Sou louca por eles, mas não sei se conseguiria fazer o papel de um deles. Da mesma forma, Macunaíma me parece intraduzível para um protestante” (*PIAUÍ*, nº 07, abr. 2007, p. 30).

Há, no relato de Fernanda Torres, o reconhecimento e a admiração pela diferença que tornou possível ao cinema brasileiro se tornar competitivo internacionalmente. Mas há, também, o reforço da nossa identidade como aspecto fundamental para essa interação. Ao discutir os arquivos de resistência em relação ao mal-estar contemporâneo, Birman (2006) registra um esforço no mundo contemporâneo para a construção de uma ideologia humanista. “Ao lado da crítica sistemática desse processo de mundialização, começam já a se esboçar, de forma ainda balbuciante, mas certamente resoluto, novas

⁸⁴ O filme *Tropa de Elite* discute essa visão romantizada dos moradores do morro a partir do tráfico de drogas e da violência que o tráfico criou nesses espaços de convivência.

modalidades de cosmopolitismo e internacionalismo” (BIRMAN, 2006, p. 146). É uma construção simbólica que passa por novos processos de identificação com os dados hoje em jogo, como se pode observar no perfil de Mangabeira Unger, publicado em *piauí*⁸⁵.

Eu tenho o culto da vontade, da tarefa, da mobilização. Mas agora estou tendo uma experiência de me entregar às circunstâncias. De deixar correr, como os brasileiros, meus concidadãos, fazem naturalmente. Eu nunca fiz isso. Nem quando criança. Estou chegando tardiamente à experiência que eles têm com tanta naturalidade. Estou seguindo os conselhos de meu amigo Caetano Veloso, que me sugeriu ser menos prussiano e mais baiano (*PIAUI*, nº 11, ago. 2007, p. 37).

Assim, além desse mosaico alegórico de nossas contradições sociais, se faz notar, em *piauí*, a voz dessas novas formas de identificação que passam pela atual experiência de ser brasileiro. Se hoje as subjetividades ficam à deriva diante da demolição das sociedades tradicionais, a liberdade de escolha do sujeito – quando as condições sociais o permitem – pode ajudá-lo a construir novas e potentes identidades capazes, inclusive, de construir uma sociedade mais fraterna. “Com isso, devem forjar agora um projeto identitário que não é mais dado como anteriormente, mas produzido por um complexo processo de escolhas, aderências e adesões” (BIRMAN, 2006, p. 27).

Essa construção nos faz crer que o interdiscurso em *piauí* passa pela abertura de horizontes ensaiada nos anos 60 no Brasil, quer seja no campo político, quer seja no campo comportamental. Se para os críticos da contracultura na época, a questão era a dominação do imperialismo americano a partir do movimento hippie e da linguagem do rock, hoje o desafio é outro: inscrever nossa diferença nessa rede multi-cultural que se transformou o planeta. Os “arquivos de brasilidade” dos anos 60 nos ajudam a buscar novos caminhos no presente, que passam pela alteridade. Essas novas subjetividades, feitas de adesões e escolhas individuais, também aparecem nas páginas da revista.

Aos 45 anos, e com dez de experiência nos pedais, Delijaicov tem esperança na mudança de comportamento da sociedade. (...). Nossas cidades são como nós, obras inconclusas, não passam de acampamentos – acampamentos de refugiados que não sabem pra onde ir. Só nós podemos nos opor a essa mercantilagem vil e peçonhenta do espaço urbano. O inferno não são os outros, somos nós” (*PIAUI*, nº 11 ago. 2007, p. 23)⁸⁶.

⁸⁵ Reportagem intitulada *A metamorfose*, de Consuelo Dieguez.

⁸⁶ Reportagem intitulada *Movido a energia 100% humana: roteiro de um bípede que dispensa a gasolina, o álcool, o diesel, o gás e até as passadas para viver e se locomover em São Paulo*, de Maria Da Paz Trefaut.

Uma amiga diz que a cidade cobra um preço alto pela ocupação. É verdade. É um exercício de desligar o botão, embotar os sentidos, baixar a cabeça e caminhar reto pelos obstáculos – os outros pedestres, os ambulantes, os carros, os mendigos no chão. E, no entanto, quando caminho pela Paulista e as luzes estão se acendendo, tenho um grito só, uma euforia e um susto descabidos. Como se eu estivesse nadando em mar aberto. Paro e tomo um café. É assim que sei olhar, assim que vivo (*PIAUI*, nº 04 jan. 2007, p. 23)⁸⁷.

As novas construções de subjetividade na metrópole são um contraponto às narrativas padronizadas e cegas ao outro, já demarcadas e analisadas no discurso de *piauí*. O interdiscurso dos anos 60, presente em *piauí*, permite um olhar distanciado sobre essa acomodação a revelar o vazio por detrás das aparências, como se faz notar na emblemática reportagem da diversão na noite paulistana. A voz da resistência, por outro lado, combate o embotamento de sentidos naqueles que querem saltar às ruas no trajeto entre o trabalho e o condomínio ou o sofisticado centro de compras. É por esse olhar que o interdiscurso instaura o movimento do intradiscurso e faz irromper uma outra formação discursiva que passa por *piauí*.

Não existem receitas sobre esses novos processos de identificação possíveis, a abertura, a instabilidade, é constitutiva dos modos de viver contemporâneos, mas é preciso amarrar, a cada edição da revista, as pontas do que está desconexo e fragmentado. As pequenas narrativas do cotidiano mostram mais o processo de novas possibilidades de se identificar do que os modelos estereotipados no passado. Os “arquivos de brasilidade” dos anos 60 nos ensinam mais sobre o processo de sempre se perguntar o que somos a partir de nossa história e de nossas organizações sociais e menos sobre o apontamento de modelos fechados de identidade.

Para finalizar esse capítulo, vamos fazer uma breve retomada das principais idéias nele contidas para estabelecer relações entre pontos que podem ter ficado dispersos no trajeto. Demonstramos como *piauí* restitui aos valores libertários dos anos 60 uma posição enunciativa para olhar a complexidade do mundo contemporâneo, configurando por esse caminho a presença do interdiscurso e da memória. Esse ponto de vista escolhido pela revista encontra no imaginário dos anos 60 tanto a sedução por um humanismo perdido, quanto a crítica ao momento em que o estilo, a imagem, as aparências, tomaram o lugar do conteúdo, do debate de idéias.

Num recorte um pouco mais específico, encontramos marcas da dicotomia entre uma esquerda ortodoxa de base marxista e outra, denominada no Brasil como “festiva”,

⁸⁷ Reportagem intitulada *Gatinha, você está editada! A difícil conciliação dos testes para comerciais com a atuação no musical da combalida Broadway paulistana*, de Anna Toledo.

por incorporar os elementos da contracultura. A denominação “esquerda festiva” se caracteriza por realçar a relação ambígua com o sentido, num período em que predominavam as verdades absolutas, tanto no discurso da esquerda ortodoxa quanto na direita. Vimos como o semanário *O Pasquim* foi um espaço de circulação desse discurso e como reaparece um “olhar *Pasquim*” em *piauí*.

Mostramos como a predominância de um discurso neoliberal com a intensificação da globalização criou uma tendência à homogeneização discursiva, empurrando para a periferia o que denominamos de “arquivos de brasilidade”, forjados no ambiente dos anos 60. A partir desse quadro, discutimos as questões da identidade na sociedade contemporânea para tentar entender o lugar do imaginário ocupado pela nova revista. Identificamos em *piauí* uma relação predominantemente cosmopolita, não provinciana, em relação às intensas trocas culturais da globalização. Discutimos, por fim, como a homogeneização discursiva do capitalismo contemporâneo cria a resistência pelo fortalecimento das etnias, numa perspectiva dialética de se abrir à alteridade sem cair no risco do “racismo cultural” (HALL, 2001).

A premissa que orienta a discussão das identidades globalizadas já era um pressuposto da antropofagia de Oswald de Andrade. A palavra tupi-guarani *piauí* retoma, simbolicamente, a posição enunciativa do elemento indígena, para além do conflito entre colonizador e colonizado, que marca a cultura brasileira e se repete nas relações do capitalismo internacional. Dessa forma, *piauí* busca olhar o insignificante para, a partir dele, mirar a globalização. A resistência que se apresenta demonstra o lugar brasileiro hoje no mundo, uma possibilidade de terceira via que pode inscrever nossa diferença no discurso multi-cultural.

Assim, o discurso de *piauí* procura tanto expor a homogeneidade de comportamento de uma elite frívola e cega às contradições sociais do país, quanto abrigar narrativas de resistência entre aqueles que buscam construir novas subjetividades. A presença do interdiscurso dos anos 60 é uma ferramenta que ajuda tanto no primeiro objetivo, quanto no segundo. São os valores humanitários do período que permitem esse olhar distanciado sobre os templos do consumo, sobre os modos de diversão da elite e sobre a cultura das celebridades. E são esses mesmos valores que estão por trás de exemplos de resistência, quer seja no relato de um professor universitário que desafia o trânsito paulista de bicicleta (*PIAUI*, nº 11, ago. 2007), quer seja no relato da rotina massacrante dos operários em meio à violência das favelas cariocas (*PIAUI*, nº 09, jun. 2007). É nesse sentido que o interdiscurso movimenta o intradiscurso na revista. O “olhar *piauí*” busca, nessa memória, sua base para a circulação e

organização de um discurso disperso no espaço social. Ao fazê-lo, pode ajudar a modificar o espaço social, no equilíbrio apontado por Castoriades (1982) entre o dizer e o fazer, entre o imaginário e o real, nas novas representações da brasilidade.

CONCLUSÃO

PIAUI ENTRE O REAL DA LÍNGUA E O REAL DA HISTÓRIA

*A realidade não é somente o que se repete (...)
ela é também o que pode ser transformado,
o que permite o fazer.*

(Cornelius Castoriades, **A instituição imaginária da sociedade**, 1982, p. 303)

Existe uma regularidade presente na dispersão de textos em *piuí* sobre a qual caberiam algumas considerações finais. Trata-se da constante tensão no discurso da revista entre alguns fatores, entre eles: a necessidade de retomada da reflexão, a busca por relações sociais mais densas em oposição aos valores presentes hoje na sociedade (sobretudo a cultura das celebridades), o cultivo da forma pela forma, as aparências, o individualismo, as marcas representativas do neoliberalismo. É um conflito revelador das porosidades da formação discursiva em que a revista busca se inscrever, na medida em que uma FD é sempre freqüentada por seu outro.

Essa tensão se manifesta de diferentes formas. Faz-se notar, por exemplo, na aparente contradição entre enunciados auto-publicitários que tentam vender a idéia da revista *para quem gosta de ler*, em convivência com símbolos do *kitsch* e da cultura pop. Há, como vimos, uma auto-ironia no fato de *piuí* se apresentar como o espaço da inteligência, da reflexão e reproduzir na capa referências ao universo que colaborou para a transformação da sociedade no que ela é hoje. A auto-ironia se relaciona a própria natureza da revista como produto midiático, inscrita no mesmo mercado das outras publicações, também submetida às exigências do lucro, da capacidade de atrair as verbas publicitárias.

A contradição se dá também no interior do próprio projeto editorial da revista. Há uma aparente invasão das cores da publicidade nas mais recentes edições de *piuí*, criando um movimento paradoxal, contrário ao teor editorial. De um lado, o esforço por engendrar novas práticas de leitura, de outro, a presença da publicidade – quem, afinal, paga a conta –, com traços contraditórios em relação a essas práticas. Desde as primeiras edições até as atuais, houve um acréscimo das cores da publicidade vendendo os mesmos produtos das outras revistas. Essa contradição pode representar, em médio prazo, uma apropriação das rupturas de *piuí* pela publicidade e uma readequação editorial à essa ordem, como é comum na sociedade capitalista. O problema não foi tratado neste trabalho por não ser considerado

importante, sua ausência se deve, antes, ao recorte escolhido, que privilegiou o discurso editorial da nova revista.

Mesmo quando se considera o interdiscurso em *piauí*, a tensão constitutiva da formação discursiva em que a revista está inserida reaparece. Há o reconhecimento da necessidade de se buscar, no humanismo dos movimentos libertários dos anos 60, um lastro contra a crise de valores do mundo contemporâneo ao mesmo tempo em que se reconhece, nesse ambiente da década de 60, o germe da mudança para a atual realidade em que as aparências, o cultivo das imagens e da forma tomaram o lugar do conteúdo. É como se no imaginário dos anos 60 estivesse, ao mesmo tempo, o antídoto contra essa valorização das aparências tão característica da sociedade contemporânea e também a própria matriz que engendrou esse comportamento. A recuperação dessa memória busca re-significar esse imaginário, voltar no tempo onde os caminhos se desvirtuaram, quando a promessa de um humanismo se transfigurou no culto às aparências.

As estratégias para a constituição do discurso de *piauí* caminham em direção a um deslocamento das formações discursivas predominantes na mídia, valorizando os aspectos descritos acima. Há a busca pela instituição de um outro imaginário através do esforço para não se inscrever na circularidade dos temas tratados pelo jornalismo brasileiro contemporâneo e tão pouco reproduzir a linguagem-padrão desses veículos. Espaço de reinvenção da notícia, de reconfiguração dos gêneros tradicionais, de estreitamento de limites entre o jornalismo e a ficção, *piauí* resulta num objeto estranho, diacrônico, se a compararmos à maioria das publicações atuais, mas a novidade se ancora, como se sabe, na memória.

As referências aos anos 60 estão presentes na própria apresentação gráfica da revista. O leitor projetado pelo discurso de *piauí* tem a nostalgia de outros tempos, mas permanece aberto aos temas da atualidade, buscando, porém, um lugar de reflexão, se afastando da cultura do excesso, da informação pela informação. Nesse trajeto da memória, emerge uma outra contradição já mencionada nas páginas anteriores: a valorização de certo provincianismo carioca (no sentido de se fechar no próprio universo simbólico), através de referências saudosistas a traços culturais de uma elite da antiga capital do Brasil: os *vips* de outras eras. É um desvio de percurso, não predominante, mas que ainda assim permanece como uma marca da nova revista. A contradição é abrigar o saudosismo por algo que está na origem de nossos problemas: a exclusão, a segregação dos espaços sociais nas nossas maiores cidades, aspectos também contemplados no discurso da revista.

A iniciativa de se investir numa publicação tradicional, disposta nas bancas de revista, numa época em que predominam os meios eletrônicos, principalmente a partir da

difusão da internet é, em si, uma resistência. Existe, nesse aspecto, um paradoxo. A internet deu origem a um fenômeno interessante, que são os formadores de tendências. Esses novos formadores de opinião são grupos de pessoas que compartilham interesses em comum, formando comunidades a partir de suas preferências e interesses, rompendo com a tendência dominante que dita os grandes sucessos da mídia, propiciando o surgimento de fragmentos culturais multifacetados onde antes havia apenas modelos pré-estabelecidos de padrões de consumo, influenciados pelas celebridades. As opiniões emitidas pelas pessoas comuns em *sites* e *blogs* criados por usuários para discutir questões de interesse comum, amplificado pela comunicação boca a boca, possibilitam a organização de nichos a partir da identificação de parcelas do público com suas áreas de interesse específicas. A formação de uma comunidade de sentido a partir da revista *piauí* também pode ser pensada como um nicho, a ponto de existirem, na rede, comunidades virtuais de leitores da revista. Certamente, esses leitores compartilham interesses em comum e, mesmo que estejam geograficamente distantes, a identificação com o mesmo objeto representa um ponto de partida para a formação de novas tendências discursivas na comunicação entre os indivíduos que fazem parte desse coletivo.

É de se perguntar se o próprio ambiente das comunidades virtuais não teria acenado para a possibilidade de criação de uma revista cujo propósito é a formação de um nicho de resistência às práticas de leitura predominantes; resistência, inclusive, às próprias formas de convivência social engendradas pela fragmentação discursiva da mídia convencional? O paradoxo é a organização dessa comunidade de leitores, identificada com as práticas de leitura de resistência em *piauí*, se unir através da internet. Nosso recorte de pesquisa, ao problematizar a irrupção de *piauí*, não alcançou essa dimensão da recepção do discurso, mas se trata de um fenômeno que merece ser abordado em futuras análises.

A tensão apontada acima – entre o conteúdo e a forma – gera contradições, mas é também responsável por impulsionar o discurso de *piauí* para o campo da resistência. É o que ocorre, por exemplo, no apagamento imagético em relação às chamadas celebridades, artistas ou figuras de expressão pública como jogadores de futebol e modelos. As referências a esse universo se dão, na revista, na forma de textos verbais longos, quase sempre expondo o vazio desse tipo de comportamento, quando não o ironizando. O suporte fotográfico é mais utilizado para mostrar imagens não banalizadas, sobre as quais a sensibilidade social está cega, como é o caso das formas de morar das populações excluídas nas maiores cidades do mundo. Os poemas, dispostos na revista no espaço entre as reportagens e ensaios, são também uma interessante estratégia para trazer o leitor para o mundo das palavras. É uma iniciativa de

resistência à tendência dominante das informações rápidas, ilustradas por fotos ou gráficos, destinadas a informar sem a leitura total dos textos.

A própria presença da ambigüidade na relação com o sentido – também uma marca verificada em *piauí* – pode ser melhor entendida à luz da tensão apontada acima. Há o risco de se pensar a ambigüidade como indefinição editorial, mas não é com esse significado que a tomamos. Não há, por exemplo, ambigüidade na forma como *piauí* resiste à formação discursiva de culto às celebridades, a posição da revista, nesse caso, é clara. No campo mais específico da política, a ambigüidade se instala, não se consegue perceber a filiação ideológica a uma determinada corrente, como acontece em *Veja* com a ideologia neoliberal e em *Caros Amigos* em relação à esquerda de base marxista. Mas é aí que se percebe mais nitidamente a matriz contracultural dessa ambigüidade: na forma de um distanciamento em relação aos poderes instituídos. *piauí* abre espaço em suas páginas para longos perfis de personalidades que tiveram o poder e já não o tem, como Fernando Henrique Cardoso e José Dirceu. O poder, em si, é um assunto recorrente, mas não na forma de adesão a partidos ou ideologias políticas específicas.

A especificidade dessa ambigüidade em *piauí* se dá numa relação mais transparente com o sentido, não como sinônimo de indefinição ou falta de clareza. Demonstramos, na comparação com enunciados recortados de outros veículos da imprensa brasileira, como há uma tendência no jornalismo contemporâneo de se buscar a unicidade de sentido, o que é sempre um fator limitador do próprio sentido. Sair da circularidade de assuntos tratados pela mídia, da linguagem predominante, como faz *piauí*, é se inscrever nessa relação diferenciada com o sentido. Isso se dá na forma de textos descritivos (é na descrição e na apuração, não na opinião, que o discurso jornalístico se abre a maiores possibilidades de significação), numa abordagem plural, tentando contemplar os vários lados do que se narra, na busca por expor mais as contradições do que as certezas. Além disso, temos o humor como mais uma estratégia para demarcar essa ambigüidade, na medida em que seu efeito deriva do choque entre aspectos contraditórios.

A matriz da ambigüidade em *piauí* é, como vimos, um traço cultural brasileiro, retomado em oposição ao predomínio discursivo, nos últimos anos, da ordem neoliberal globalizada na nossa imprensa. É uma ambigüidade presente no drible, na sincopa, no lapso criativo, características que também podem ser pensadas como indecisão, fraqueza, falta de opinião, principalmente se a classificação for feita a partir de formações discursivas de matriz neoliberal. A identificação dos leitores com *O Pasquim* nos anos 60 pode ser pensada à luz dessa possibilidade de abertura do sentido no semanário carioca, retomada em *piauí*. A

nova revista se inscreve, assim, como resistência à uniformização globalizada a partir de um imaginário brasileiro. *piauí*, o estado real mais pobre da federação, se transforma, a partir dessas referências, em metáfora desse lugar dos esquecidos, dos excluídos.

A tensão entre o conteúdo e as aparências é também a tensão entre a exclusão social em convivência com a ostentação presente nos hábitos de parte das elites. Há uma inversão do sentido predominante: *piauí* procura olhar a complexidade do mundo através do desprezado, do “insignificante”. Essa marca se faz notar na própria escolha do nome da revista e nos relatos da seção *diário*, que dão voz a quem normalmente não tem. Joel Birman aponta o neoliberalismo como causa de um estrago nas redes sociais de solidariedade. Para o autor, esse estrago ainda não teria sido totalmente avaliado como “perdas e sofrimentos incalculáveis para as subjetividades” (BIRMAN, 2006, p. 137). “O universo dos sentimentos centrados no eu, ao demarcar as fronteiras e os territórios entre o indivíduo e os outros, se desdobra em lucros, direitos e poder no espaço social” (BIRMAN, 2006, p. 41).

O psicanalista identifica nas artes um campo de resistência ao universo neoliberal. Ele cita a temática da fraternidade presente em produções cinematográficas de todo o mundo como exemplo de uma resistência que se impõe no campo do imaginário estético.

A partir do campo da arte começa a afluir uma nova energia criativa para se contrapor ao universo macabro do mundo neoliberal (...). É desse universo de desprivilegiados que provém o capital simbólico para relançar a fraternidade como projeto ético e político (BIRMAN, 2006, p. 137).

piauí se inscreve nesse campo da resistência: uma tentativa de ampliar o leque dessa formação discursiva – presente no cotidiano e refletida em algumas manifestações artísticas – para a imprensa, a partir de um ponto de vista brasileiro. É por meio desse movimento que a revista reflete e refrata processos contemporâneos de identificação com a brasilidade, tomando como referência de memória a potência dos arquivos dos anos 60. É através desse mergulho na memória que *piauí* desloca o seu olhar em relação à mídia contemporânea.

Ao dar voz aos desprivilegiados, a resistência no discurso da nova revista busca constituir outra instituição imaginária. Numa dimensão coletiva, há, como foi dito, o fortalecimento de uma experiência brasileira de estar no mundo, sem prejuízo para uma abertura e curiosidade sobre as outras culturas. O imperativo da fraternidade como saída para a crise em que nos encontramos é fundamentalmente na busca da alteridade. Há, ainda, uma

dimensão individual na resistência. Birman (2006) nos mostra que a falência da soberania – a partir da crise do Estado nação, na fragilização da figura simbólica do pai – gera um desamparo. Ao mesmo tempo em que é a causa do mal-estar, o desamparo provoca uma reação. O lugar vazio pela perda do eixo horizontal da soberania passa a ser ocupado pela verticalidade na relação com os outros. A sensação de orfandade pode, portanto, nos levar a um outro destino histórico e a outro poder constituinte.

A chave está na alteridade, quando a dimensão individual encontra a coletiva. O desamparo nos leva a reconhecer “as possibilidades abertas hoje para a afirmação da potência e da soberania das individualidades” (BIRMAN, 2006, p. 227). A esse respeito, cabe ainda um último recorte de um texto literário publicado na revista. O escritor norte-americano David Foster Wallace, que se matou em setembro de 2008, escreveu um discurso de paraninfo. Esse discurso foi publicado nas últimas páginas da edição de segundo aniversário de *piauí* (nº 25, out. 2008). O texto é uma crítica contundente ao estilo de vida do neoliberalismo e nos interessa porque sintetiza a importância em resgatar esse lugar da fraternidade como alternativa para um mundo melhor.

O mundo jamais o desencorajará de operar na configuração padrão, porque o mundo dos homens, do dinheiro e do poder segue sua marcha alimentado pelo medo, pelo desprezo e pela veneração que cada um faz de si mesmo. A nossa cultura consegue canalizar essas forças de modo a produzir riqueza, conforto e liberdade pessoal. Ela nos dá a liberdade de sermos senhores de minúsculos reinados individuais, do tamanho de nossas caveiras, onde reinamos sozinhos. Esse tipo de liberdade tem méritos. Mas existem outros tipos de liberdade. Sobre a liberdade mais preciosa, vocês pouco ouvirão no grande mundo adulto movido a sucesso e exibicionismo. A liberdade verdadeira envolve atenção, consciência, disciplina, esforço e capacidade de efetivamente se importar com os outros – no cotidiano, de forma trivial, talvez medíocre, e certamente pouco excitante. Essa é a liberdade real. A alternativa é a torturante sensação de ter tido e perdido alguma coisa infinita (*PIAUI*, nº 25, out. 2008, p. 105-107).

A memória dos anos 60 em *piauí* tenta recuperar essa humanidade perdida descrita no texto de David Foster Wallace. É preciso reencontrar uma possibilidade de existência mais aberta ao outro como alternativa à competitividade e ao individualismo predominantes. *piauí* não está sozinha nesse esforço: na ideologia do cotidiano, nas artes, nas subjetividades, delineiam-se resistências que acenam para a viabilidade da vida vir a ser outra. A irrupção de *piauí* é um indicativo da voz dessa resistência, a partir da busca pelos “arquivos de brasilidade” dos anos 60, re-significados no presente.

Essas outras representações de brasilidade se insinuam nos enunciados analisados na revista. A própria abertura de um projeto editorial, renovado a cada mês por novas reportagens, é muito mais de construção do que de sistematização dessas representações. São múltiplas as novas alegorias que nos definem, em *piauí* elas aparecem nos *tipos brasileiros* retratados através da ficção e do jornalismo, nas referências ao novo cinema que nos representa no exterior, nos relatos em primeira pessoa de trabalhadores simples, normalmente ignorados pela imprensa. Esses recortes fazem parte da análise, mas a cada dia o real nos mostra outros caminhos na construção sempre inacabada dos processos de identificação na sociedade contemporânea. Essa também é uma lacuna a ser preenchida por estudos futuros: identificar diferentes domínios dos discursos de resistência na sociedade brasileira contemporânea e de que forma eles se inscrevem nas relações de poder seria um prosseguimento natural das questões aqui levantadas.

REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, Adriana Aparecida de. **OPasquim e OPasquim21**: práticas discursivas jornalísticas de resistência. 2006. 131f. Dissertação (Mestrado em Linguística) – Instituto de Estudos da Linguagem, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2006.
- ANDRADE, Oswald de. Piratininga: ano 374 da deglutição do Bispo Sardinha. **Revista de Antropofagia**, ano 1, nº 1, maio de 1928.
- AUMONT, Jacques. **A imagem**. Coleção ofício de arte e forma. Tradução de Estela dos Santos Abreu. 2 ed. Campinas: Papyrus, 1995.
- BAKHTIN, Mikhail. **Marxismo e filosofia da linguagem**: problemas fundamentais do método sociológico na ciência da linguagem. 8 ed. Tradução de Michel Lahud. São Paulo: Hucitec, 1997.
- _____. **Estética da criação verbal**. Tradução de Paulo Bezerra. 4 ed. São Paulo: Martins Fontes, 2003.
- BARONAS, Roberto. (Org.). **Análise do Discurso**: apontamentos para uma história da noção-conceito de formação discursiva. São Carlos: Pedro & João Editores, 2007.
- BARTHES, Roland. **A câmara clara**. Tradução de Julio Castanon Guimarães. 2 ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.
- _____. La civilisation de l’image. In: BARTHES, Roland. **Oeuvres Complètes**. Tome 1: 1942-1965. Corrigée et présentée par Éric Marty. Paris: Éditions du Seuil, 1993, p. 1440-1441.
- _____. A vigilância do desejo. **Jornal Folha de São Paulo**, São Paulo, 05 ago. 2007. Caderno Mais, p. 03.
- BAUDRILLARD, Jean. **Os rituais da transparência**. In: BRISSAC, Nelson Peixoto. **América**: imagens. Rio de Janeiro: Cia das Letras e Vídeofilmes, 1989. p. 140-143.
- _____. The Precession of Simulacra. In: STOREY, John. **Cultural theory and popular culture**: a reader. Londres: Harvester Wheatsheaf, 1994. p. 361-368.
- BAUMAN, Zygmunt. **Identidade**: entrevista a Benedetto Vecchi. Tradução de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2004.
- BELÉM, Euler de França. Revista resgata o texto longo e profundo. **Jornal Opção**, Goiânia, 22-28 out. 2006. Disponível em: <<http://www.jornalopcao.com.br/index.asp?secao=Imprensa&subsecao=Colunas&idjornal=208>>. Acesso em: 05 nov. 2008.

BIRMAN, Joel. **Arquivos do mal-estar e da resistência**. Coleção sujeito e história. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2006.

BIVAR, Antônio. É duro ser udigrudi. *O Pasquim*, Rio de Janeiro, n.79, 6-12 jan. 1971, p.15.

BRISSAC, Nelson Peixoto. **América: imagens**. Rio de Janeiro: Cia das Letras e Vídeosfilmes, 1989.

CALLIGARIS, Contardo. **Hello Brasil: notas de um psicanalista europeu viajando ao Brasil**. São Paulo: Escuta, 1996.

_____. O luxo, dorffles e Santi-Laurent. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 05 jun. 2008. Ilustrada, p. 12.

CANÔNICO, Marco. Antologia reúne grandes tiradas do Planeta Diário. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 20 nov. 2007. Ilustrada, p. E6.

CASTORÍADES, Cornelius. **A instituição imaginária da sociedade**. Tradução de Guy Reynaud e Luis Roberto Salinas Fortes. Rio de Janeiro: Paz de Terra, 1982.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2006.

COLLINOT, A.; MAZIÈRI, F. A língua francesa: pré-construído e acontecimento lingüístico. Tradução de Solange Leda Gallo. In: ORLANDI, Eni. (Org.). **Gestos de leitura: da história do discurso**. Campinas: Editora da UNICAMP, 1994.

CONTI, Mário Sérgio. **Notícias do Planalto: a imprensa e Fernando Collor**. São Paulo: Companhia das Letras, 1999.

COURTINE, Jean-Jacques. Quelques problèmes théoriques et méthodologiques en analyse du discours: à propos du discours communiste adressé aux chrétiens. In. **Langage 62**, 1981.

_____; HAROCHE, Claudine. **História do rosto: exprimir e calar as suas emoções (do século XVI ao início do século XIX)**. Tradução de Ana Moura. Lisboa: Teorema, 1988.

_____. **Metamorfoses do discurso político: derivas da fala pública**. Tradução de Nilton Milanez e Carlos Piovezani Filho. São Carlos: Claraluz, 2006.

DA MATTA, Roberto. **O que faz o Brasil, Brasil?** Rio de Janeiro: Rooco, 1984.

DELEUZE, Gilles. **Lógica do sentido**. Tradução de Luiz Roberto Salinas Fortes. 4 ed. São Paulo: Perspectiva, 2006.

DIAS, Lucy. **Anos 70: enquanto corria a barca**. São Paulo: Senac Editora, 2003.

DINES, Alberto. **José Dirceu na piauí segundo Alberto Dines**. Disponível em:

<<http://blogdoprofessorpc.blogspot.com/2008/01/jos-dirceu-na-piau-segundo-alberto.html>>. Acesso em: 09 abr. 2008.

ECO, Umberto. **Apocalípticos e Integrados**. São Paulo: Perspectiva, 1988.

FERREIRA, Luzmara Curcino. **Práticas de leitura contemporâneas**: representações discursivas do leitor inscritas na revista *Veja*. 2006. 337f. Tese (Doutorado em Linguística e Língua Portuguesa) – Faculdade de Ciências e Letras de Araraquara, Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, Araraquara, 2006.

FOUCAULT, Michel. **Microfísica do poder**. Tradução de Roberto Machado. Rio de Janeiro: Graal, 1979.

_____. **A ordem do discurso**. Tradução de Laura Fraga de Almeida Sampaio. São Paulo: Loyola, 1996.

_____. A poeira e a nuvem. In: FOUCAULT, Michel. **Ditos e escritos IV**: estratégia poder-saber. Organização e seleção de textos de Manoel Barros da Motta. Tradução de Vera Lúcia Avellar Ribeiro. 2 ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2003. p. 323-351.

_____. **Arqueologia do saber**. Tradução de Luiz Felipe Baeta Neves. 7 ed. Rio de Janeiro: Forense-Universitária, 2004.

GREGOLIN, Maria do Rosário. Sentido, sujeito e memória: com o que sonha nossa vã autoria? In: _____; BARONAS, Roberto. (Org.). **Análise do Discurso**: as materialidades do sentido. São Carlos: Claraluz, 2001, p. 60-80.

_____. O acontecimento discursivo na mídia: metáfora de uma breve história do tempo. In: GREGOLIN, Rosário. (Org.). **Discurso e mídia**: a cultura do espetáculo. São Carlos: Claraluz, 2003. p. 95-110.

_____. Bakhtin, Foucault e Pêcheux. In: BRAIT, Beth. (Org.). **Bakhtin**: outros conceitos-chave. São Paulo: Contexto, 2006. p. 33-52.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Tradução de Tomaz Tadeu da Silva e Guacira Lopes Louro. 5 ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.

HOLANDA, Heloisa Buarque de. **Impressões de viagem**. CPC, vanguarda e desbunde: 1960/1970. São Paulo: Brasiliense, 1980.

_____; PEREIRA, Carlos Alberto Messeder. **Patrulhas ideológicas marca reg.**: arte e engajamento em debate. São Paulo: Brasiliense, 1980.

JULIÃO, André Gomes; SANTOS, Renan Magalhães Guedes dos. **Caminho iluminado**: trilhando a rota do jornalismo gonzo. Campinas: PUC-Campinas, 2006.

MACIEL, Luiz Carlos. **Negócio seguinte**. Rio de Janeiro: Codecri, 1981.

MAINGUENEAU, Dominique. **Gênese dos discursos**. Tradução de Sírio Possenti. Curitiba: Criar, 2005.

NAVARRO BARBOSA, Pedro Luis. **Navegar foi preciso?** O discurso do jornalismo impresso sobre os 500 anos do Brasil. 2004. 347f. Tese (Doutorado em Lingüística e Língua Portuguesa) – Faculdade de Ciências e Letras de Araraquara, Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, Araraquara, 2004.

NUNES, José Horta. Manifestos modernistas: a identidade nacional no discurso e na língua. In: ORLANDI, Eni Pulcinelli. **Discurso fundador**: a formação do país e a construção da identidade nacional. 3 ed. Campinas: Pontes, 2003, p. 43-57.

ORLANDI, Eni Pulcinelli. **Discurso fundador**: a formação do país e a construção da identidade nacional. 3 ed. Campinas: Pontes, 2003.

_____. **As formas do silêncio no movimento dos sentidos**. 6 ed. São Paulo: Editora da UNICAMP, 2007.

ORTIZ, Renato. **Cultura brasileira e identidade nacional**. São Paulo: Brasiliense, 1985.

PAZ, Octávio. **Signos em rotação**. 3 ed. São Paulo: Perspectiva, 1996.

PÊCHEUX, Michel. **Semântica e discurso**: uma crítica a afirmação do óbvio. Tradução de Eni Pucinelli Orlandi. Campinas: Editora da UNICAMP, 1988.

_____. Delimitações, inversões, deslocamentos. Tradução de José Horta Nunes. In: **Cadernos de estudos lingüísticos**, Campinas, nº 19, p. 7-24, jul./dez. 1990.

_____. **Discurso**: estrutura ou acontecimento. Tradução de Eni Pucinelli Orlandi. 2 ed. Campinas: Pontes, 1997.

PEREIRA, Lima Edvaldo. **Páginas ampliadas**: o livro-reportagem como extensão do jornalismo e literatura. Campinas: Editora da UNICAMP, 1993.

PONZIO, Augusto. **Mikhail Bakhtin em diálogo**: conversas de 1973 com Vitor Duvakin. São Carlos: Pedro e João Editores, 2008.

POSSENTI, Sírio. Notas sobre a noção de acontecimento. In: FERNANDES, Cleudemar Alves; BERTOLDO, Ernesto Sérgio; MUSSALIN, Fernanda; SANTOS, João Bosco Cabral dos. **Sujeito, identidade e memória**. Uberlândia: EDUFU, 2004. p. 17-25.

_____. Observações sobre interdiscurso. **Revista Letras**. Curitiba, n. 61, p. 253-269, 2003.
Número Especial. Disponível em:

<<http://ojs.c3sl.ufpr.br/ojs2/index.php/letras/article/viewFile/2890/2372>>. Acesso em: 27 out. 2008.

RIBEIRO, Darcy. **O povo brasileiro**. Coleção Companhia de Bolso. São Paulo: Companhia das Letras, 2006.

RODRIGUES, Sérgio. **Uma revista chamada “piauí”**. Disponível em: <<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=402ASP007>>. Acesso em: 08 out. 2006.

SALES, João Moreira. “piauí. **Jornal Valor Econômico**, São Paulo, 30 set. 2006. Caderno Final de Semana, p. 12-15.

SALOMÃO, Wally. **Armarinho de miudezas**. Rio de Janeiro: Rocco, 2005.

SANTOS, Joaquim Ferreira. Posfácio. In: WOLFE, Tom. **Radical chique e o novo jornalismo**. Tradução de José Rubens Siqueira. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.

SARGENTINI, Vanice Maria Oliveira. Arquivo e acontecimento: a constituição do corpus discursivo em Análise do Discurso. In: NAVARRO, Pedro. (Org). **Estudos do texto e do discurso**: mapeando conceitos e métodos. São Carlos: Claraluz, 2006. p. 35- 44.

SILVA, Carlos Eduardo Lins da. **O adiantado da hora**: a influência americana sobre o jornalismo brasileiro. São Paulo: Summus, 1991.

SOUSA SANTOS, Boaventura. Modernidade, identidade e a cultura de fronteira. In: _____. **Pela mão de Alice**. 8 ed. São Paulo: Cortez, 2001, p. 135-157.

SPONIVILLE, André Comte. **Pequeno tratado das grandes virtudes**. São Paulo: Martins Fontes, 1995.

TORQUATO, Gaudêncio. **Jornalismo empresarial**. São Paulo: Summus, 1984.

VAZ, Paulo Bernardo Ferreira; MINTZ, André Góis. Piauí, em busca do leitor perdido. In: **XXX INTERCOM**. Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação: Mercado e Comunicação na Sociedade Digital. Santos: Unisantos, Unisanta, Unimonte, 2007. v. 1. p. 1-15. Disponível em: <<http://www.fafich.ufmg.br/gris/biblioteca/artigos/piaui-em-busca-do-leitor-perdido.pdf/view>>. Acesso em: 19 ago. 2008.

VENTURA, Zuenir. **1968**: o ano que não terminou. 3 ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1988.

WISNIK, José Miguel. **Veneno remédio**: o futebol e o Brasil. São Paulo: Companhia das Letras, 2008.

WOLFE, Tom. **Radical chique e o novo jornalismo**. Tradução de José Rubens Siqueira. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.

XAVIER, Ismail. **Alegorias do subdesenvolvimento**: cinema novo, tropicalismo, cinema marginal. São Paulo: Brasiliense, 1993.

REVISTAS ANALISADAS

BRASILEIROS, São Paulo: Ed. Brasileiros, nº 04, out. 2007.

CAROS AMIGOS, São Paulo: Ed. Casa Amarela, nº 126, set. 2007.

IMPRENSA, São Paulo: Imprensa Editorial, nº 225, jul. 2007.

PIAUI, Rio de Janeiro: Ed. Abril, nº 01, out. 2006.

PIAUI, Rio de Janeiro: Ed. Abril, nº 02, nov. 2006.

PIAUI, Rio de Janeiro: Ed. Abril, nº 03, dez. 2006.

PIAUI, Rio de Janeiro: Ed. Abril, nº 04, jan. 2007.

PIAUI, Rio de Janeiro: Ed. Abril, nº 05, fev. 2007.

PIAUI, Rio de Janeiro: Ed. Abril, nº 06, mar. 2007.

PIAUI, Rio de Janeiro: Ed. Abril, nº 07, abr. 2007.

PIAUI, Rio de Janeiro: Ed. Abril, nº 08, maio 2007.

PIAUI, Rio de Janeiro: Ed. Abril, nº 09, jun. 2007.

PIAUI, Rio de Janeiro: Ed. Abril, nº 10, jul. 2007.

PIAUI, Rio de Janeiro: Ed. Abril, nº 11, ago. 2007.

PIAUI, Rio de Janeiro: Ed. Abril, nº 12, set. 2007.

PIAUI, Rio de Janeiro: Ed. Abril, nº 13, out. 2007.

PIAUI, Rio de Janeiro: Ed. Abril, nº 14, nov. 2007.

PIAUI, Rio de Janeiro: Ed. Abril, nº 16, jan. 2008.

PIAUI, Rio de Janeiro: Ed. Abril, nº 19, abr. 2008.

PIAUI, Rio de Janeiro: Ed. Abril, nº 25, out. 2008.

VEJA, São Paulo: Ed. Abril, ano 40, nº 2085, nov. 2008.

SITES CONSULTADOS

<www.revistapiaui.com.br>

<<http://www.fafich.ufmg.br/gris/biblioteca/artigos/piaui-em-busca-do-leitorperdido>>

[pdf/view](#)>. Acesso em: 19 ago. 2008.

<[HTTP://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/arrgiso.asp?.cod=402ASP007](http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/arrgiso.asp?.cod=402ASP007)>. Acesso em: 08 out. 2006.

<<http://blogdoprofessorpc.blogspot.com/2008/01/jos-dirceu-na-piau-segundo-alberto.html>>.

Acesso em: 09 abr. 2008.

<http://www.cfo.org.br/jornal/n59/brasil_sorridente.htm>. Acesso em: 20 out. 2008.

<<http://www.jornalopcao.com.br/index.asp?secao=Imprensa&subsecao=Colunas&idjornal=208>>. Acesso em: 05 nov. 2008.

ANEXOS

- *Carta de intenções da piauí*, adquirida como encarte da edição nº 2028 da revista *Veja*, de 03 out. 2007.

**A REVISTA PARA
QUEM TEM UM
PARAFUSO A MAIS**

piauí

A PARTIR DE OUTUBRO, UMA NOVA REVISTA TRARÁ, TODOS OS MESES, REPORTAGENS SOBRE GENTE CONHECIDA OU ANÔNIMA, BACANA OU VELHACA, INTELIGENTE OU MENTECAPTA. ELA FALARÁ DO TRABALHO DELAS, DOS SEUS AMORES, DAS SUAS ALEGRIAS, DAS COISAS QUE LHE INTERESSAM E DO PAÍS E DO MUNDO EM QUE VIVEM. UMA REVISTA PARA QUEM GOSTA DE LER, DE RIR E DE PENSAR.

piauí: LANÇAMENTO EM OUTUBRO.

MADE IN
USA

editora alvinegra
 rua do Russel 270/4º andar
 22211-110 Rio de Janeiro RJ
 tel [21] 3511 7400

avenida 9 de Julho 5966/21
 01406-200 São Paulo SP
 tel [11] 3061 2122

revistapiaui@revistapiaui.com.br

piauí_seções



olá

Histórias de uma família, de uma comunidade, de um lugar, de uma doença, ou de uma situação contadas a partir do nascimento de um bebê no mês anterior.

esquina

Matérias curtas, médias ou não muito grandes sobre fatos recentes (e seus protagonistas) das grandes cidades brasileiras.

diário

Uma pessoa qualquer (menos um sommelier), publica as anotações do que fez no mês anterior: médico, estudante, roqueiro, cartomante, salva-vidas, piloto, você, ascensorista, atriz, professor etc. etc. etc.

perfil

O retrato, feito de perto, de uma figura da vida nacional. Desde que tenha uma boa história, o personagem do Perfil pode ser celeberrimo ou desconhecido.

ficção

Contos, trechos de romances e outros registros literários de autores contemporâneos, revelando o que a narrativa jornalística não consegue alcançar.

portfólio

Fotografias, desenhos, grafites e pinturas mostram o que ocorre no Brasil, no mundo e na imaginação de quem cria imagens.

editorial

Regozija! *piauí* não terá editorial. Aleluia!

trabalho

Reportagens sobre as mudanças — de configuração, de ritmo, de organização, de tecnologia, de remuneração — no mundo do trabalho.

viagem

Lugares remotos captados com verve, lugares batidíssimos redescobertos com vivacidade.

ecologia

O professor Burp explica o hipopótamo, o bicho-preguiça, a girafa, o dromedário e outras maravilhas do mundo animal. A natureza como você nunca viu.

memória

Acontecimentos lembrados pelos seus protagonistas. Pessoas reavaliadas por quem as conheceu na intimidade.

colunas

O Senhor seja louvado! *piauí* não terá colunas nem ruínas de templo grego. Aleluia!

além disso

Reportagens, críticas e ensaios sobre a cena cultural. Livros, televisão, música, artes plásticas, teatro, videogames e filmes, comentados com criatividade.

história em quadrinhos

Grandes roteiristas e desenhistas do Brasil e do exterior contam histórias gráficas — engraçadas, dramáticas, nostálgicas, agressivas. Angeli, Gotlib, Art Spiegelman e Edward Sorel já mandaram seus desenhos.

urbanismo e arquitetura

O que ocorre de novo (de intrigante, de inteligente, de boçal, de curioso, de mistificador) na paisagem das metrópoles brasileiras.

metafísica aplicada

A tolice humana, sobretudo a vigarice pretenciosa, em seus infinitos desdobramentos e matizes, captada com finura, pompa e circunstância.

poder

Quem o exerce, quem o disputa, como é urdido, de que maneira se espalha pela sociedade e como chega ao fim, com estrondo ou lamúria — o poder social, político, empresarial, midiático, eclesiástico, virtual.

horóscopo

Chantecler, o enigmático, explica os mistérios do zodíaco, desvenda os segredos do passado e faz previsões de impressionante clarividência sobre o futuro (imediate e remoto). Chantecler prevê vida longa e próspera para as pessoas de todos os signos que fizerem uma assinatura de *piauí*.

despedida

Adaus aos que se foram no mês

piauí vem aí

piauí será uma revista para quem gosta de ler. Para quem gosta de histórias com começo, meio e fim. Como não se inventou nada melhor do que gente (apesar de inúmeras exceções, vide... deixa pra lá), a revista contará histórias de mulheres e homens. Ela pretende relatar como pessoas vivem, amam e trabalham, sofrem ou se divertem, como enfrentam problemas e como sonham. **piauí** partirá sempre da vida concreta, da experiência vivida, do testemunho, da narrativa – e não do Google.

A revista será mensal. A periodicidade de quatro semanas permitirá que ela aprofunde os assuntos, em vez de resumi-los. Suas reportagens, relatos e diários terminarão quando o assunto terminar, em vez de serem espremidos porque o espaço chegou ao fim. O acabamento, tanto na escrita como na apresentação gráfica, será caprichado. Para que **piauí** fique bonita, tenha bastante coisa para ler e ver, e dure um mês na mão do leitor, ela terá um formato maior do que o tradicional.

piauí será uma revista de reportagens. Ela buscará os temas atuais, embora não tenha pressa em chegar primeiro às últimas notícias. Levará em conta que a informação vem antes do comentário e que a opinião precisa dos fatos. Apurará com rigor e escreverá com clareza. Fugirá dos clichês e envidará todos os esforços para evitar expressões como “envidar todos os esforços”. Usará um vocabulário com mais de cem palavras. Mas não irá ao dicionário à cata de vocábulos especiosos (como o que vem logo antes da abertura deste aconchegante parêntese). Não terá restrições temáticas, políticas ou ideológicas. Preferirá a serenidade ao histrionismo, a suavidade da música de câmara ao estrondo das marchas militares. Cobrirá qualquer assunto que uma reportagem possa tornar interessante. Vale tudo: esporte, medicina, odontologia, política, cultura, a picante vida sexual do porco-espinho, religião, numismática, urbanismo, filosofia, as agruras do Palmeiras, do marxismo e do Botafogo, turismo, telemarketing, zoologia. Só não valem reportagens sobre dietas e reforma da Previdência, que ninguém agüenta mais. **piauí** procurará com afinco novos assuntos: o Brasil não é feito apenas de corrupção e violência.

A revista tentará explicar o que teima em ser obscuro (com uma exceção: o motivo de **piauí** se chamar **piauí**, mistério insondável que desafia a ciência). Ela mostrará o enredo do que parecia desconexo e fragmentário. Terá a pretensão de revelar o que ninguém sabe, de estampar notícias inéditas, mas sem fazer escândalo. Fugirá do academicismo, da vulgaridade e do beletrismo. (Está proibido o uso das expressões “governança corporativa”, “tá ligado?”, “home theater”, “acabar em pizza”, “déficit público” e “não é a minha praia”.) Ela dará importância ao que, por ignorado, é tido como insignificante. Tratará de achar novidades no que, por esquecido, parece velho ou ultrapassado. A revista não será ranzinza nem chata. Sisudez não é sinônimo de seriedade. Uma coisa não tem nada a ver com a outra. **piauí** terá graça. Alegria é a prova dos nove.

Para dar conta de situações que estão além do poder da narrativa jornalística, **piauí** publicará ficção. Na forma de contos, trechos de romances, invenções literárias e histórias em quadrinhos. Publicará também poesia. Sim, com a devida moderação, até poemas, aquelas linhas mais curtas que expressam iluminações.

Jornalistas, escritores, artistas, desenhistas, ensaístas, críticos e humoristas de todas as idades e sexos buscarão expressar em **piauí** diferentes aspectos da vida nacional. A revista terá como matéria-prima a bagunça brasileira e, como pano de fundo, um período histórico de perplexidade geral. Numa situação como essa, é melhor ser curioso, e ir atrás da realidade, do que prescrever receitas de salvação. Um pouco de ceticismo não faz mal a ninguém – e a nenhuma revista.

É isso aí: **piauí**.

- E-mail trocados com Rachel Zangrandi, integrante da equipe *piauí*, como a imagem do pingüim, tão recorrente nas edições de *piauí*.

De: Raquel Zangrandi [mailto:raquel@revistapiaui.com.br]
Enviada em: quarta-feira, 29 de outubro de 2008 17:34
Para: Pedro Henrique Varoni de Carvalho
Assunto: RES: : Entrevista para monografia

Pedro,

A figura do pinguim como mascote da revista é resultado de um acaso. Encomendamos ao Angeli (cartunista) a primeira capa da *piauí*.

Ele colocou uma geladeira com um pinguim em cima. A capa fez sucesso e o pinguim, sem que tivéssemos planejado, virou símbolo da revista.

Por esse motivo, o pinguim está na capa da edição do primeiro aniversário (outubro de 2007), assim como na do segundo (outubro 2008).

Nos apropriamos desse símbolo, mas não foi nada planejado.

Um abraço.

Raquel Freire Zangrandi
Revista Piauí
Rua do Russel 270, 4º. Andar
Glória - 22.210-010
Rio de Janeiro/ RJ - Brasil
Tel (5521) 3511-7400
Fax (5521) 3511-7430
raquel@revistapiaui.com.br
www.revistapiaui.com.br

De: Pedro Henrique Varoni de Carvalho [mailto:pedro@eptv.com.br]
Enviada em: quarta-feira, 29 de outubro de 2008 15:29
Para: Raquel Zangrandi
Assunto: : Entrevista para monografia

Oi Raquel , tudo bem ? Desculpe recorrer a você mais uma vez é que as dúvidas vão surgindo na escrita da dissertação. O que você me diz desse símbolo do pingüim, tão marcante em "*piauí*"? Porque foi escolhido para tantas capas da revista e a ilustração do editorial na edição de segundo aniversário ?

Abraços

- E-mails trocados com Rachel Zangrandi, integrante da equipe *piauí*, entre os dias 05 e 16 de outubro, para esclarecimentos sobre a seção *diário*.

De: Raquel Zangrandi [mailto:raquel@revistapiaui.com.br]

Enviada em: quinta-feira, 16 de outubro de 2008 18:18

Para: Pedro Henrique Varoni de Carvalho

Assunto: RES: Entrevista para monografia

Caro Pedro Henrique,

Todos os textos dos diários são reais. Procurarmos pessoas das mais variadas profissões, não-jornalistas, para escreverem sobre as suas rotinas.

Por que razão a banca suspeitou que os textos fossem ficcionais? (Será que acham que a realidade é boa demais para ser verdade?)

O texto é real, as fotos são reais, enfim, o diário é completamente real.

E, antes que eles suspeitem também, os textos das esquinas são pequenas reportagens. Apesar dos temas inusitados, são todos casos reais. Já surgiram leitores que perguntavam se as esquinas eram contos ou pequenos textos de ficção.

Um abraço e bom trabalho.

Raquel Freire Zangrandi

Revista Piauí

Rua do Russel 270, 4º. Andar

Glória – 22.210-010

Rio de Janeiro/ RJ – Brasil

Tel (5521) 3511-7400

Fax (5521) 3511-7430

raquel@revistapiaui.com.br

www.revistapiaui.com.br

De: Pedro Henrique Varoni de Carvalho [mailto:pedro@eptv.com.br]

Enviada em: quinta-feira, 16 de outubro de 2008 18:10

Para: Raquel Zangrandi

Assunto: RES: Entrevista para monografia

Boa tarde Raquel, tudo bem?

Desculpe a minha insistência, é que estou concluindo a pesquisa sobre a revista "piauí" para o Mestrado em Análise do Discurso na Universidade Federal de São Carlos e a banca de qualificação apontou um ponto capaz de gerar uma dúvida. Os relatos da seção diário não são ficcionais? Essas pessoas existem, escrevem uma semana de suas vidas de fato nas páginas da revista?

Abraços e obrigado

De: Raquel Zangrandi [mailto:raquel@revistapiaui.com.br]

Enviada em: sexta-feira, 5 de setembro de 2008 13:34

Para: Pedro Henrique Varoni de Carvalho

Assunto: Entrevista para monografia

Prioridade: Alta

Caro Pedro Henrique,

O editor de piaui, João Moreira Salles, ficará fora do Rio por algumas semanas e não terá como responder suas perguntas a tempo.

Agradecemos o seu interesse pela revista, e desejamos que o seu trabalho resulte numa monografia consistente. Para tanto, sugerimos que analise algo como dez edições da ainda curta existência da publicação.

Para alguns dados básicos solicitados e respostas mais genéricas sobre o funcionamento de nossa publicação, encaminho-lhe, em anexo, o texto de uma entrevista concedida por João Moreira Salles sobre o histórico da revista. Você encontrará a maioria das respostas de que precisa.

Veja também o link para um site que contém algumas informações básicas, matérias e entrevistas sobre a piauí:

www.sociale.com.br/piaui

Atenciosamente,

Raquel Freire Zangrandi
Revista Piauí
Rua do Russel 270, 4º. Andar
Glória – 22.211-110
Rio de Janeiro/ RJ – Brasil
Tel (5521) 3511-7400
Fax (5521) 3511-7430
raquel@revistapiaui.com.br
www.revistapiaui.com.br

- Entrevista passada pela assessoria de João Moreira Salles. Ela foi dada originalmente a um grupo de estudantes cariocas e não foi publicada.

REVISTA PIAUÍ

HISTÓRICO

A *piauí* chegou às bancas em outubro de 2006.

Tiragem: 60.000

Circulação: Nacional

Número de páginas: 70 (em média)

Website: www.revistapiaui.com.br

Expediente

Diretor de redação:

Mario Sergio Conti, jornalista, foi diretor de redação da revista *Veja* e do *Jornal do Brasil*. É autor de *Notícias do Planalto* (Companhia das Letras).

Editores:

Dorrit Harazim, jornalista e documentarista, é diretora dos documentários da série *Travessias*, exibidos na TV Cultura e no GNT.

Marcos Sá Corrêa, jornalista, foi diretor de redação do *Jornal do Brasil*, é diretor do site *O Eco*. Publicou *Oscar Niemeyer*, da Relume Dumará.

João Moreira Salles é documentarista. Dirigiu *Santiago*, *Entreatos*, *Notícias de uma guerra particular* e *Nelson Freire*.

Direção de arte:

Maria Cecília Marra e Paula Cardoso

Projeto gráfico:

Raul Loureiro e Claudia Warrak

Promoção e Marketing:

Marcelo de Paulos e Carolina Daflon

A redação de *piauí* fica no Rio e o departamento comercial em São Paulo.

Trabalhamos com uma equipe fixa de sete repórteres fixos: Consuelo Dieguez, Cristina Tardáguila, Daniela Pinheiro, Luiz Maklouf Carvalho, Patricia Scarpin, Raquel Freire Zangrandi e Roberto Kaz.

ENTREVISTA DE JOÃO MOREIRA SALLES SOBRE A REVISTA

1. De onde surgiu o nome da revista?

De uma idiossincrasia. Gosto de palavras com muitas vogais, e *piauí* tem várias. O som é bonito. Parece banal, e talvez seja mesmo, mas a razão é essa. Vogais amolecem as palavras. Elas ficam mais simpáticas. *piauí* é uma palavra simpática.

2. Como a *piauí* foi criada?

Um grupo de amigos chegou à conclusão que seria bacana entrar numa banca e encontrar uma revista como a *piauí*. Não passou disso. A decisão não foi tomada a partir de um plano de negócios (ainda que queiramos que a *piauí* se torne um negócio), ou porque alguém identificou um nicho editorial ainda não explorado. Queríamos ler reportagens como as que publicamos não só em inglês, mas na nossa própria língua.

3. Que propostas, conceitos e valores norteiam a *piauí*?

Nada de tão sisudo assim. Não sei se temos propostas, conceitos e valores. É um pouco mais simples. Queremos fazer uma revista boa de ler, divertida, que dê tempo aos repórteres para apurar e escrever. Dizer mais do que isso vira teoria, e não somos bons disso.

4. Como se definem as pautas?

Anarquicamente. Cabe tudo, de arqueologia a odontologia. Nenhuma obrigação, nenhuma pauta imprescindível. O que importa é que a história seja bem escrita e que o conjunto seja interessante: temas mais sérios ao lado de histórias em quadrinhos, brincadeiras tolas com matérias apuradas ao longo de meses, textos breves ao lado de textos longos. O segredo está nessa combinação de assuntos e tons. Queremos um equilíbrio entre humor e gravidade, texto e ilustração/quadrinhos, reportagens para quem tem mais de 40 e para quem menos de 30. É

uma revista bastante incomum. Não é para ser lida de ponta a ponta, ainda que não seja proibido. Cada um lê a sua *piauí*. Os temas são tão variados e as abordagens tão diversas, que é muito difícil alguém não encontrar o que não lhe interesse. Acertamos quando alguém começa a ler uma reportagem sobre um assunto que não lhe diz respeito e sobre o qual nunca pensou -- digamos, eletrochoques, ou futebol -- e chega ao final pelo simples prazer da leitura. Por essa razão o processo de edição é tão intenso. O conteúdo interessa, claro, mas a estrutura e a prosa também. Não é apenas o que se conta, mas como se conta.

5. *piauí* tem uma linha editorial?

Nem nós mesmos sabemos se a *piauí* tem uma linha editorial. O que sabemos é que a revista não tem a pretensão de explicar o país. Não precisamos cobrir os “grandes temas nacionais”, podemos ficar no micro. Ao invés de fazer a matéria definitiva sobre violência, preferimos publicar o diário de um policial. Melhor contar a história de uma escola do que convidar alguém para fazer um ensaio sobre a educação no Brasil. E podemos escapar inteiramente de temas chatos, como reforma ministerial e discussão do orçamento. Do jeito que a *piauí* está imaginada, temos muita liberdade para improvisar. No limite, é quase se, a cada número, tivéssemos uma revista nova.

6. Fale um pouco sobre a rotina de trabalho da redação?

Não existe reunião de pauta, as matérias vão surgindo informalmente, da conversa entre os repórteres e o diretor de redação. Somos muito poucos, dez passos e se chega a qualquer mesa. Nosso processo não tem nenhuma liturgia, nenhuma formalização. Também não temos editorias, o que nos desobriga a ter assuntos obrigatórios – política, esporte, economia, etc. No início do mês a redação fica relativamente vazia, e à medida que o mês avança, as pessoas vão ocupando as suas mesas para escrever as matérias.

7. Qual o critério da *piauí* para assinar matérias? Por que os textos de *Esquinas* não são assinados?

Chegada, despedida e esquinas não são assinadas por que, digamos assim, representam o tom da revista. Como nossos textos são muito autorais, ou seja, como não buscamos a padronização, é bom que a revista comece de forma mais serena, mais homogênea.

8. A *piauí* recusa de modo evidente a agenda imposta pelos grandes veículos de imprensa. Por quê?

Porque os temas do noticiário já estão sendo tratados pelo noticiário. Não haveria sentido em criar mais uma revista para cobrir as mesmíssimas histórias. Isso não significa que estejamos despregados do país. Cobrimos assuntos que interessam, mas sem pressa, publicando meses depois, ou de forma diferente. Exemplos: perfil do Luiz César Fernandes, esquina do Roberto Jefferson, matéria da moda, e assim por diante.

9. Como se dá o processo de criação das capas de *piauí*?

A capa é considerada conteúdo editorial. Ou seja, é a primeira informação que o leitor encontra sobre o espírito da revista. Nem sempre (ou quase nunca) tem relação com as matérias que estão lá dentro. A arte propõe alternativas, todo mundo opina e o diretor de redação tem a palavra final.

10. De que maneira os textos da revista são influenciados pelo estilo conhecido por Jornalismo Literário?

Essa eu pulo, pela simples razão de que não sei o que significa jornalismo literário. Acho que existem textos bem ou mal escritos, e só.

11. O que a Revista *piauí* traz de inovador para o jornalismo de revista?

Talvez o aspecto mais inovador da *piauí* seja o fato da revista dar tempo ao repórter de apurar uma matéria pelo tempo que for preciso. Nossas matérias não são datadas e procuramos dar a ela o espaço que o tema exigir e também ao repórter tempo suficiente para que um determinado assunto seja coberto com a maior eficiência possível. Assim, não temos prazos predeterminados para nada. Além disso, por não termos seções fixas nem temas obrigatórios, o leitor da *piauí* nunca sabe o que encontrará a cada nova edição da revista. E esse é um dos nossos objetivos: surpreender o nosso leitor.

12. Qual o perfil do jornalista que escreve para a *piauí*?

Tanto no staff da redação como entre nossos colaboradores eventuais, não há um perfil específico de jornalista na *piauí*. Procuramos misturar profissionais de origens e faixas etárias diferentes para obtermos um certo equilíbrio. Se há um consenso no perfil de trabalho, ele se reflete na precisão da apuração dos fatos, na procura por uma história bem contada e na qualidade do texto jornalístico.

13. Como reunir em uma mesma revista o tom jornalístico e literário sem fugir da informação objetiva?

Não temos uma fórmula predeterminada de como um texto deve ser escrito. Somos percebidos como uma revista que faz jornalismo literário, mas não é essa a nossa intenção. A *piauí* trata de assuntos de interesse geral e não se enquadra em nenhum perfil já definido por outras publicações brasileiras. Queremos fazer matérias que sejam interessantes, e é imperativo que tragam informação objetiva, sejam elas de que natureza forem. Não queremos nos prender a padrões estéticos de texto ou de aspecto visual.

14. A revista não tem editorias fixas, mas quais são exatamente as seções fixas em todas as edições?

Não temos nenhuma editoria fixa, mas seções, cujos assuntos variam a cada mês, porque não temos temas obrigatórios. As seções são: Chegada, Esquina, Diário, Poesia, Portfólio (visual), Quadrinhos, Ficção e Despedida. Geralmente, mas não sempre, temos um dossiê sobre um tema específico. Isso varia muito, assim como os nomes das seções flutuantes: Tipos Brasileiros, O que aprendi, Vida urbana, Teatro, Memória. Não há um padrão preestabelecido para nomear as seções avulsas. O mote geralmente (quando o assunto permite) é dar um toque de humor nos nomes das seções, como: Turnê gangsta, Dossiê tortura & maus-tratos, Questões vernáculas, Ora, bolas, Grandes figuras do mundo animal, Conto de fadas, Subterrâneos do rock, O pensamento hídrico, Questões físico-químicas, Cidades & rincões, Vultos das finanças, Rock & adjacências, Pesos e medidas, Dialética do pop, Metafísica, Tribuna livre da luta de classes, Criações diabólicas, etc, etc.

15. Quais são as fontes e o papel da revista?

A fonte do logo da *piauí* é o trade gothic bold.

Títulos: trade gothic condensed bold – corpo 20

Texto: electra old style – corpo 10

O papel é o polen soft. Gramatura: 70 no miolo e 90 na capa.