



## O Novo Jornalismo nos textos da revista Claudia

Natália Rocha Paranhos da Silva<sup>1</sup>  
Laura Seligman (Orientadora)<sup>2</sup>  
Universidade do Vale do Itajaí, SC

**Resumo:** O jornalismo de revista sempre foi uma referência quando o assunto é Novo Jornalismo, pois são as revistas que proporcionam ao jornalista as condições necessárias para escrever um texto com elementos pertencentes ao Novo Jornalismo. Esta pesquisa procurou identificar os elementos característicos do Novo Jornalismo nos textos da Revista Cláudia. Os procedimentos metodológicos envolveram as técnicas da Análise de Conteúdo aplicadas a três edições da publicação. Como resultado, percebeu-se que a revista Cláudia utiliza, pelo menos, um dos quatro elementos do Novo Jornalismo registrados por Tom Wolfe (2005) em cada um dos seus textos, comprovando, assim, a relação pressuposta por este artigo. Da mesma forma, as inferências feitas durante a análise permitiram identificar inovações em seu uso.

**Palavras-chave:** Jornalismo Literário; Novo Jornalismo; Jornalismo de Revista; Revista Cláudia; Mercado editorial.

### 1. Introdução

Este trabalho analisou a presença do Novo Jornalismo dentro da revista Cláudia. Apesar dos sinais de enfraquecimento que o jornalismo informativo noticioso vem mostrando, como a queda das tiragens e na vendagem, publicações se mantêm fortes por décadas ao usar recursos que vão além das características noticiosas, como é o caso de Cláudia. Com base nisso, perguntamos: Há evidências do uso de recursos do Novo Jornalismo nos textos da revista Cláudia?

---

<sup>1</sup> Estudante de Comunicação Social na Univali. Monitor da disciplina Mídia – Análise crítica de mídia.  
Email: natirochaa@hotmail.com

<sup>2</sup> Docente de Comunicação Social na Univali. Email: seligman@univali.br

Para o Novo Jornalismo, Wolfe (2005) deixou registrados quatro elementos: construção cena a cena, registro do diálogo completo, ponto de vista da terceira pessoa e status de vida ou símbolos de status. Essas foram as características que nortearam a pesquisa a fim de alcançar os objetivos estabelecidos e responder à pergunta problema. Os objetivos foram, de modo geral, analisar a presença de características do Novo Jornalismo nos textos da revista Claudia, e de modo específico, identificar os textos do Novo Jornalismo nas edições; observar quais são os elementos mais frequentes e justificar o apontamento dos elementos do Novo Jornalismo encontrados nos textos.

## **2. Jornalismo Literário**

Para Felipe Pena (2008, p.13), o Jornalismo Literário é uma alternativa à imprensa que se vive hoje, já que o jornalismo transformou-se, salvo algumas exceções, em “um palco de futilidades e exploração do grotesco e da espetacularização”. O autor acredita que para se fazer um bom Jornalismo Literário não basta fugir dos limites da redação ou aventurar-se em um livro- reportagem. Ele adverte que um bom texto, no dia seguinte, não pode servir apenas para embrulhar peixe. Para ele, Jornalismo Literário:

Não se trata da dicotomia ficção ou verdade, mas sim de uma verossimilhança possível. Não se trata da oposição entre informar ou entreter, mas sim de uma atitude narrativa em que ambos estão misturados. Não se trata nem de Jornalismo, nem de Literatura, mas sim de melodia. (PENA, 2008, p. 21).

Como já citado na introdução deste trabalho, Pena (2008) define sete itens imprescindíveis para que se faça um bom texto em Jornalismo Literário, o que ele chama de estrela de sete pontas. O primeiro item é potencializar os recursos do Jornalismo. O jornalista não pode simplesmente esquecer o que aprendeu no jornalismo diário e abdicar das regras de narrativa, ao contrário, ele deve potencializá-las a tal ponto que acabe criando novas estratégias profissionais. Apesar disso, Pena (2008, p. 14) observa e reafirma que “os velhos e bons princípios da redação continuam extremamente importantes, como, por exemplo, a apuração rigorosa, a observação atenta, a abordagem ética e a capacidade de se expressar claramente, entre outras coisas”.

O segundo item é ultrapassar os limites do acontecimento cotidiano – resumindo: romper com a periodicidade e a atualidade. O texto literário não se preocupa com o

*deadline*, o prazo que o jornalista tem para entregar a matéria, ou em oferecer algo novo para seu público. Nesse caso, o dever do jornalista “é ultrapassar esses limites e proporcionar uma visão ampla da realidade” (PENA, 2008, p. 14), que vem a ser o terceiro item.

Essa visão ampla não se refere a um estudo ou proporcionar ao leitor pleno conhecimento de determinado assunto. Na verdade, o jornalista tem a missão de “contextualizar a informação da forma mais abrangente possível” (PENA, 2008, p.14). Para isso, é preciso equilibrar as informações, a tal ponto que não seja muito superficial, nem tão profunda, relacioná-la com outros acontecimentos e testar diversas abordagens.

Em quarto lugar está a cidadania. Pena (2008) afirma que este conceito o jornalista não pode ignorar, apesar de estar tão gasto que parece esquecido; tão mal empregado por profissionais sem compromisso que já não tem mais credibilidade. “Quando escolher um tema, deve pensar em como sua abordagem pode contribuir para a formação do cidadão, para o bem comum, para a solidariedade.” (PENA, 2008, p. 14).

A quinta característica do Jornalismo Literário rompe com os limites impostos pelo *lead*. O *lead* jornalístico é o primeiro parágrafo de uma notícia e responde as seguintes questões sobre o fato: Quem? O quê? Como? Onde? Quando? O *lead* foi criado por jornalistas americanos no século XX, com o intuito de conferir objetividade aos textos, porém, ao longo dos anos, o costume em escrever o primeiro parágrafo assim foi apagando a elegância, criatividade, e estilo dos jornalistas. É preciso, portanto, fugir ao máximo dessa tentação e aplicar mais técnicas literárias no texto (PENA, 2008).

A sexta ponta da estrela fala sobre evitar os definidores primários, que nada mais são do que as fontes jornalísticas. É necessário que o jornalista procure ouvir outras opiniões, entrevistar pessoas diferentes e não procurar sempre o mesmo entrevistado; a mesma fonte oficial, especialista, ou seja, de que tipo for. É compreensivo, até certo ponto, que com a correria cotidiana, o jornalista fique tentado a ligar para suas fontes já conhecidas e acessíveis, porém, é preciso inovar e criar alternativas nessas horas (PENA, 2008).

O sétimo e último item fala sobre perenidade e retorna para a ideia de Jornalismo Literário de Felipe Pena (2008): a de que no dia seguinte, o texto não deve servir apenas para embrulhar peixe. Uma obra com características literárias não pode ser efê-

mera; o objetivo quando se escreve um texto assim é a permanência, que ele influencie gerações, assim como os livros.

### 3. Novo Jornalismo

De acordo com Carlos Rogé (apud PENA, 2008, p. 52), “o termo Novo Jornalismo apareceu pela primeira vez em 1887, mas foi usado de forma jocosa para desqualificar o britânico WT Stead, editor da *Pall Mall Gazette*”. Porém, foi na década de 1960, nos Estados Unidos, que este movimento começou a ser notado. De início, os jornalistas da época não o chamavam de Novo Jornalismo, mas admitiam que um novo jeito de escrever estava ganhando espaço entre os profissionais.

Tom Wolfe, já citado na introdução deste trabalho, é um dos grandes nomes do Novo Jornalismo contemporâneo e o mais citado ao contar-se a história desse longo e intenso namoro do jornalismo com a literatura. Na verdade, Wolfe (2005) admite que não faz ideia de quem cunhou esta expressão, e nem mesmo quando foi cunhada, mas lembra-se que foi no final do ano de 1966 que começou a ouvir as pessoas falarem de Novo Jornalismo.

Em abril de 1965, no *New York*, o suplemento dominical do *Herald Tribune*, jornal em que Wolfe trabalhava, ele escreveu um artigo em duas partes intitulado “Mínúsculas múmias! A verdadeira história do chefe da Terra dos Mortos-Vivos da rua 43!”. O texto, segundo Wolfe, era uma leve brincadeira com a revista *The New Yorker*, porém, não foi bem visto pelos jornalistas e autores literários da época, tanto que o “principal órgão do jornalismo conservador dos Estados Unidos” (jornal *Columbia Journalism*) e o “principal órgão dos mais velhos ensaístas e ‘homens de letras’ da América” (*The New York Review of Books*) publicaram listas com os supostos erros no texto de Wolfe (WOLFE, 2005, p. 42). Isso tudo porque viram no artigo traços do Novo Jornalismo, um gênero que não era bem visto nem pelo jornalismo conservador, nem pela literatura. Os erros não foram atribuídos apenas a Wolfe, mas também a Jimmy Breslin, Gay Talese e Dick Schaap, autores que já davam indícios do *New Journalism*, e à revista *Esquire* (WOLFE, 2005).

Wolfe registra quatro recursos usados pelos novos jornalistas e pelos quais seus textos eram marcados. O primeiro deles é a construção cena a cena; descrever as cenas

de determinado momento leva os leitores para dentro daquele acontecimento e os faz imaginá-lo em suas mentes. O segundo recurso é o registro do diálogo completo; segundo Wolfe (2008, p. 54), esse “diálogo realista envolve o leitor mais completamente do que qualquer outro recurso”. Descrever o diálogo entre as personagens, entre o jornalista e o entrevistado, dá mais veracidade ao fato. O terceiro elemento é o ponto de vista da terceira pessoa; recurso utilizado para apresentar ao leitor cenas aos olhos de uma terceira personagem, dando-lhe “a sensação de estar dentro da cabeça do personagem” (WOLFE, 2005, p. 54). O quarto e último recurso é o status de vida ou uso de símbolos de status, por meio dos quais o autor consegue descrever a personagem falando sobre seus hábitos, manias, gestos etc. O leitor subentende, por exemplo, que a personagem é aventureira se o autor descrever as viagens radicais e os desafios por ela superados em momentos extremos. Essas quatro características relatadas por Wolfe serão abordadas novamente no capítulo metodológico.

#### **4. Metodologia**

Este artigo foi desenvolvido por meio da leitura completa das edições de fevereiro, março e abril de 2016 da revista Cláudia, a fim de identificar os textos com presença de elementos do Novo Jornalismo nas edições, observar quais são os elementos mais frequentes e justificar o apontamento dos elementos do Novo Jornalismo encontrados nos textos por meio de exemplos. Foram considerados todos os tipos de texto, do maior ao menor, do escrito em primeira ao escrito em terceira pessoa (exceto as entrevistas, por serem meras reproduções das respostas de fontes da revista, e não narrativas construídas por repórteres, e depoimentos).

A pesquisa se classifica como de abordagem qualitativa, em que as análises são mais relevantes do que as estatísticas. As técnicas aplicadas a esta pesquisa foram as da Análise de Conteúdo. Heloiza Herscovitz (2007) afirma que a Análise de Conteúdo revela-se um método muito proveitoso na pesquisa jornalística e é amplamente utilizado nos vários ramos das ciências sociais empíricas. Ela define a Análise de Conteúdo como:

Método de pesquisa que recolhe e analisa textos, sons, símbolos e imagens impressas, gravadas ou veiculadas em forma eletrônica ou digital encontrados na mídia a partir de uma amostra aleatória ou não dos objetos estudados com

o objetivo de fazer inferências sobre seus conteúdos e formatos enquadrando-os em categorias previamente testadas, mutuamente exclusivas e passíveis de replicação. (HERSCOVITZ, 2007, p. 126).

Para melhor organização da análise, a cada reportagem lida os elementos do Novo Jornalismo apontados por Wolfe (2005) foram registrados e identificados nas próprias revistas e em anotações à parte. Em seguida, inseridos em quadros criados para cada uma das três edições analisadas. Desta forma, além de identificá-los, foi possível quantificar a presença de cada elemento, atingindo assim o segundo objetivo.

Com base nas inferências, o apontamento de cada elemento foi justificado por meio de exemplos encontrados nos textos das três edições analisadas, atingindo assim o terceiro objetivo. Além disso, foram tecidos comentários a respeito do que mais se pode verificar com as análises.

## 5. Dados e análise

A revista Claudia foi criada em 1961 pela editora Abril “com a proposta de ser a ‘revista amiga’ e tratar todos os assuntos do universo feminino de forma adulta e atraente”.<sup>3</sup> Claudia era o nome que Victor e Sylvana Civita – fundadores da editora Abril – queriam dar à filha (que nunca tiveram). Na Carta à Leitora da edição que comemorou os 50 anos da revista, em 2011, o então presidente do Conselho de Administração da Editora Abril e editor, Roberto Civita, reiterou o compromisso que Claudia tem com as mulheres, que é ajudá-las “a viver melhor e se realizar plenamente em todos os sentidos”.

Analisando o projeto gráfico dessas três edições, pode-se perceber que Claudia é uma revista dividida, literalmente, por temas que fazem as vezes de editorias. São eles: inspiração, moda, beleza, casa e família (exceto a edição de abril, que trouxe um especial sobre casamento) e comida e bebida. Para cada novo assunto há uma página introdutória com as chamadas para as reportagens pertencentes àquele tema. Por essa divisão, Claudia torna-se uma revista previsível, em que o leitor consegue ter uma ideia de onde estará cada reportagem, texto, entrevista etc. A reportagem e os textos das chamadas de capa geralmente estão no meio da revista.

---

<sup>3</sup> <http://mdemulher.abril.com.br/familia/claudia/claudia-50-anos-de-conquistas-da-mulher-brasileira-em-edicao-especial>

De acordo com o mídia kit Claudia, disponível no site<sup>4</sup> de publicidades da editora Abril, “CLAUDIA é a única marca capaz de reunir os atributos que vão ao encontro das novas demandas da mulher brasileira”. Com este argumento, a Abril convida marcas que envolvam o universo feminino a anunciarem na revista, e afirma que “aproximar-se dela é garantir que sua marca estará presente na vida (*sic*) mulheres fortes, modernas, ligadas ao agora e que se preparam para o que está por vir”.

A maioria das propagandas está logo nas primeiras páginas, algumas espalhadas pelo meio da revista e uma na contracapa. A disposição das publicidades traz organização à revista e faz o leitor não sentir um impacto tão grande neste quesito.

Claudia também está disponível para *tablets*. A versão pode ser baixada por meio de um aplicativo disponível nas lojas virtuais. A revista impressa faz algumas menções à revista digital entre as reportagens e também no “CLAUDIA Digital”, parte que costuma ficar logo após o editorial. A revista digital tem circulação líquida atual de 63.425<sup>5</sup>, enquanto a impressa está com 267.174 e atinge em 92% o seu público alvo – o feminino<sup>6</sup>.

## **5.1 Análise de cada edição**

### **5.1.1 Edição de fevereiro**

---

<sup>4</sup><http://publiabril.abril.com.br/marcas/claudia>

<sup>5</sup> <http://publiabril.abril.com.br/marcas/claudia/plataformas/revista-digital> - Dados do dia 03/06/2016

<sup>6</sup> <http://publiabril.abril.com.br/marcas/claudia/plataformas/revista-impressa> - Dados do dia 03/06/2016



FIGURA 01- CAPA CLAUDIA EDIÇÃO DE FEVEREIRO  
 FONTE: SITE CLAUDIA

Por ordem de publicação, a primeira revista analisada foi a de fevereiro. Nesta edição, a celebridade da capa é a atriz Grazi Massafera. O tema que permeia todos os textos da revista, e que também é a manchete, é Sucesso à Vista. Em resumo, as 164 páginas (contando com a capa e contracapa) falam sobre *networking*, negócios online e mulheres que se reinventaram depois de uma crise profissional. Além disso, a edição traz uma entrevista com Leonardo DiCaprio, (que ainda era a grande aposta para levar o Oscar de melhor ator – fato concretizado dias depois), a reportagem com Grazi Massafera e o já tradicional espaço “Comida & Bebida”, com dicas para as refeições do Carnaval.

Conforme o quadro 1, o elemento de maior presença nos textos da edição de fevereiro é a construção cena a cena. A construção cena a cena é feita com muita facilidade pelos autores dos textos. São descritos desde elementos como o lugar onde foi feita determinada matéria até o jeito de se portar do personagem de uma reportagem.

**Quadro 1 - Claudia nº 2, ano 55 - Fevereiro 2016**

		Elementos			
	Textos	Construção cena a cena	Registro do diálogo completo	Ponto de vista da terceira pessoa	Status de vida ou símbolo de status
1	Eu e você- Editorial	X			X



SBPJor – Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo  
VI Encontro Nacional de Jovens Pesquisadores em Jornalismo  
Palhoça – Unisul – Novembro de 2016

2	Feminismo Pop	X			X
3	Dança para todos	X			X
4	Onda solidária	X			X
5	Saber pedir	X	X		X
6	Daqui por diante	X			
7	Férias conjugais	X			X
8	Sim, ela pode	X			X
9	Leonardo DiCaprio	X		X	X
10	Sucesso à vista	X			X
11	Negócios.com.br	X			X
12	@ciúmes	X			
13	Dose certa	X			
14	Sexo (in)seguro	X			
15	Ela tem a força				X
16	Bloco das meninas	X			
	<b>TOTAL</b>	<b>15</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>11</b>

Na reportagem de capa “Sim, ela pode”, a repórter Luciana Ackermann (2016, p. 86) descreve cenas de Sofia, filha de Grazi Massafera, durante o ensaio fotográfico para a edição. “Durante quase todo o ensaio fotográfico, a menina manteve os olhos na mãe. Tranquila e educada, tirou de letra o agito típico da situação e brincou sozinha. Quando via chance, corria para dar um abraço ou beijo em Grazi.” Em outro exemplo, a repórter Mariane Morisawa (2016a, p. 20) dá um detalhe sobre o jeito de falar de Lena Dunham, a entrevistada do texto “Feminismo POP”. “Em um ritmo que parece conter centenas de palavras em um minuto, Lena conversou com Claudia em Los Angeles.”

Como o objetivo do artigo é encontrar elementos do Novo Jornalismo na revista Claudia, foram analisados até mesmo textos opinativos, como é o caso de “Saber pedir”, escrito em primeira pessoa pela jornalista e estudiosa do comportamento feminino, Cynthia de Almeida. Cynthia escreve o seguinte no primeiro parágrafo:

Eu me lembro da expressão de desapontamento da garota de olhos faiscantes que entrou na minha sala e questionou: ‘Por que você não me escalou para essa cobertura que eu queria tanto e preferiu passar para outro repórter?’ Levei um susto. Não sabia, por um instante, o que responder: por que mesmo eu não havia dado a tal pauta para aquela repórter brilhante? Aí me lembrei: porque não fazia a menor ideia de que ela a ‘queria tanto’. E o ‘outro repórter’ viera até mim na véspera especialmente para me pedir para fazer o trabalho. Respondi: ‘Ele me pediu’. (ALMEIDA, 2016, p. 28).

Além de uma construção de cenas longa em um texto opinativo, aqui se pode identificar o único diálogo da edição inteira, apesar de pequeno e não estar escrito da forma como se costuma ver – com travessões. Cynthia continua a descrever como foi

sua conversa com a tal repórter desapontada, e é neste momento em que além de vermos construção de cenas e diálogo, percebemos que há também símbolos de status. Além de fazer com que os leitores imaginem toda a cena dentro de sua sala, Cynthia ainda caracteriza a “garota de olhos faiscantes”. Usando este termo, a autora mostra ao leitor como a repórter enfrenta situações conflituosas em sua vida, e até mesmo no decorrer do texto, deixa claro, por descrições indiretas, se assim pode-se dizer, que ela procura discutir, lutar e argumentar pelo o que quer. Falar sobre a expressão de desapontamento da garota de olhos faiscantes mostra o modo como ela se comporta em situações como essa, como ela confrontou a chefe. Isso é símbolo de status. É a descrição que não é direta (que conta como ela agiria e ponto).

Assim como o registro do diálogo completo, o ponto de vista da terceira pessoa também foi encontrado uma única vez. Na reportagem perfil de Leonardo DiCaprio, a repórter Mariane Morisawa faz exatamente o que Wolfe (2005, p. 54) define como ponto de vista da terceira pessoa: “apresentar cada cena ao leitor por intermédio dos olhos de um personagem particular”. No caso, ela mesma. Mariane mostra que estava frente a frente com DiCaprio quando escreve:

Entre nós, a história é outra. Apesar de aparecer com duas horas de atraso para esta entrevista, o charme foi tanto que não tive como recusar suas desculpas. Chegar aos 41 anos fez bem ao astro. Ruguinhas surgem em volta dos olhos, mas eles continuam com o brilho encantador de sempre. (MORISAWA, 2016b, p.90).

A repórter de Cláudia se coloca na cena e escreve em primeira pessoa. Reiterando o que Wolfe (2005, p. 54) diz: “Os jornalistas muitas vezes usavam o ponto de vista da terceira pessoa – ‘eu estava lá’ – da mesma forma que o usavam autobiógrafos, memorialistas e romancistas.”

### 5.1.2 Edição de março



FIGURA 02- CAPA CLAUDIA EDIÇÃO DE MARÇO  
FONTE: SITE CLAUDIA

A edição de março traz a também atriz Camila Pitanga na capa e tem como tema e manchete o “Poder Feminino”. Em alusão aos Jogos Olímpicos, que acontecerão no Rio de Janeiro em agosto deste ano, a revista traz uma reportagem com atletas que se superaram para participar dos jogos e levantar o nome do Brasil, assim como uma reportagem sobre pais que estão trocando a escola particular pela pública na educação de seus filhos e depoimentos de garotas que participam ativamente da defesa do feminismo.

Nesta edição, nos 15 textos em que foram identificadas características do Novo Jornalismo, estas se dividem, praticamente, entre construção cena a cena e símbolos de status. Assim como na revista de fevereiro, o ponto de vista da terceira pessoa está presente apenas uma vez, em uma entrevista; A ausência de diálogo completo talvez possa ser atribuída ao projeto gráfico de Claudia, pois a estrutura de um diálogo requer espaço (o que se sabe, tanto em jornal quanto em revista, é sempre escasso), ou também pela simples escolha de repórteres e editores de não reproduzirem a conversa com seu entrevistado desta maneira, mas sim por meio de citações (recurso encontrado em exaustão).

#### Quadro 2 - Claudia nº 3, ano 55 - Março 2016

Elementos
-----------

	Textos	Construção cena a cena	Registro do diálogo com- pleto	Ponto de vista da terceira pes- soa	Status de vida ou símbolo de status
1	Eu e você- Editorial	X			X
2	“Eu não sou bonita. Estou ficando”	X			
3	Retratos do mundo	X			
4	Leitura estrangeira				X
5	Criança não trabalha	X			X
6	Costura do futuro	X			
7	Haja paciência!	X			X
8	Dizem por aí...	X			
9	Camila Pitanga	X			X
10	As mulheres já ganha- ram as Olimpíadas	X			X
11	Poder feminino				X
12	Um belo retorno	X		X	X
13	5 dicas para consumir menos				X
14	Bem-vindos à escola pública				X
15	Festa de família				X
	<b>TOTAL</b>	<b>10</b>		<b>1</b>	<b>11</b>

Na reportagem de capa, que leva o nome da entrevistada – Camila Pitanga –, a repórter Isabella D’Ercole escreve:

Assumir tarefa de tamanha importância não parece assustar Camila, que escolheu as redes sociais para reverberar suas ideias sobre a questão da igualdade. Toda hora é hora e ela não larga o celular. No Facebook, avalia um vídeo que denuncia o racismo na TV. No WhatsApp, grava mensagens de voz. E aí fica evidente que nem só de trabalho vive a moça. Ela administra, a qualquer tempo, compromissos profissionais e pessoais. Conforta uma amiga, vítima de acidente de trânsito. Conversa com a mãe. E também com o médico que, naquele dia, teria operado seu padrasto. Seu tom de voz traz sempre embutido uma nota positiva. ‘Vai dar tudo certo!’ (D’ERCOLE, 2016a, p.100).

A construção que a repórter vai lançando mão e o registro feito linhas antes deste trecho, de que as fotos para a reportagem estão sendo clicadas na Praia de São Conrado, no Rio de Janeiro, leva o leitor para aquela cena. Faz com que ele imagine toda aquela situação e vislumbre Camila fazendo tais atos.

Outra construção, talvez mais explícita ainda, é a que a mesma repórter faz em “As mulheres já ganharam as Olimpíadas”. Logo no primeiro parágrafo, Isabella descreve uma lembrança de sua entrevistada. Vilas Boas (1996) enfatiza que uma abertura envolvente é o principal recurso para atrair a atenção do leitor, e como estratégia para fisgá-lo logo no primeiro parágrafo ele aconselha descrever cenas.

Uma garota de traços germânicos descia ao porão do navio, abria os sacos de café, juntava as colheradas do pó à água fervente, coava, punha as xícaras na bandeja e ia vender a bebida brasileira, cheirosa, para os passageiros. Guardava no bolso o dinheiro com que pagaria a viagem para disputar, em 1932, a Olimpíada de Los Angeles, nos Estados Unidos. Era a nadadora paulistana Maria Lenk, então com 17 anos, criadora do nado borboleta e única menina entre os 68 atletas do nosso país que, com ela, ofereciam o cafezinho. (D'ERCOLE, 2016b, p. 105).

Em mais uma reportagem escrita pela mesma repórter, constata-se que ela tem certo gosto pelos elementos do Novo Jornalismo. O único ponto de vista da terceira pessoa encontrado na edição de março é justamente em uma reportagem dela. Em “Um belo retorno”, a repórter, por telefone, entrevista Rodrigo Santoro, e não deixa de registrar seu pensamento ao saber que o ator usaria o telefone do saguão do hotel onde estava hospedado.

No horário combinado para a entrevista com CLAUDIA, Santoro saiu de seu quarto e se dirigiu ao único telefone do pequeno hotel em que estava hospedado na Bahia. A conversa rolaria ali mesmo na recepção, de onde podia ser observado por todos que entravam ou saíam. **‘Sorte dos transeuntes’, pensei eu.** (D'ERCOLE, 2016c, p.120, grifo meu).

Antes de incluir-se no texto, Isabella D'Ercole ainda descreve cenas, que mesmo não tendo sido vistas por seus próprios olhos, conseguem ser bem reais. Em “Leitura Estrangeira”, Ana Paula Orlandi constrói um símbolo de status, também, logo no primeiro parágrafo.

Uma prateleira de livros pode revelar muito sobre seu dono. Foi por isso que a escritora inglesa Ann Morgan, 33 anos, se surpreendeu quando parou para avaliar a própria estante: na maioria, publicações assinadas por autores dos Estados Unidos e Inglaterra. (ORLANDI, 2016, p.36).

Apenas com o primeiro parágrafo pode-se supor (ou até mesmo concluir), que Ann Morgan é uma pessoa que lê com frequência e tem um apreço muito grande por livros, ao ponto de ter uma prateleira cheia deles. Além de saber que Ann é escritora, no decorrer do texto o leitor toma conhecimento que ela leu, em um ano, livros escritos por autores de diferentes nacionalidades. Ao todo foram 193 livros. Criar um símbolo de status é isso. Fazer com que o leitor conheça uma pessoa descrevendo suas características, sua prateleira de livros, e não dizer pura e simplesmente que ela gosta de ler.

### 5.1.3 Edição de abril



FIGURA 03- CAPA CLAUDIA EDIÇÃO DE ABRIL  
 FONTE: SITE CLAUDIA

A Claudia de abril traz a atriz Mariana Ximenes na capa e adota o tema “Por uma vida mais simples”. Em resumo, suas reportagens falam sobre um novo jeito de ver a moda e consumi-la, eutanásia, Zika vírus e mentoria dentro do mercado de trabalho. No lugar do já tradicional espaço Casa & Família, a revista preparou um especial sobre casamento, compartilhando ideias sobre o que vestir, experiências de lua de mel e apresentando o formato de *miniwedding* (ou minicasamento).

O quadro da edição de abril da revista Claudia (quadro 3) foi o que mostrou mais “novidades”. Diferentemente de fevereiro e março, ele aponta um número menor de textos em que há pelo menos um dos elementos do Novo Jornalismo, e destaca o símbolo de status como elemento majoritário quanto à frequência. Este fato se dá, em parte, pela quantidade de depoimentos e entrevistas (tipos de textos que não foram considerados na análise por não serem construções feitas pelas repórteres).

**Quadro 3 - Claudia nº 4, ano 55 - Abril 2016**

		Características			
	Textos	Construção cena a cena	Registro do diálogo completo	Ponto de vista da terceira pessoa	Status de vida ou símbolo de status

SBPJor – Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo  
VI Encontro Nacional de Jovens Pesquisadores em Jornalismo  
Palhoça – Unisul – Novembro de 2016

1	Retrato do Front	X			X
2	Por um pote de arroz				X
3	Anjo da guarda				X
4	Nos passos de Mariana	X			X
5	Um homem de valores	X			X
6	Amar é deixar ir	X	X	X	X
7	Siga o mestre				X
8	Em busca da simplicidade	X			X
9	Males de gente grande				X
	<b>TOTAL</b>	<b>5</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>9</b>

A grande protagonista desta edição é a reportagem “Amar é deixar ir” (cuja pauta é eutanásia) por conter os quatro elementos do Novo Jornalismo. Escrita por Patrícia Zaidan com colaboração de Gabriela Abreu, a reportagem é feita em primeira pessoa, o que faz com que se identifique o primeiro elemento – ponto de vista da terceira pessoa. Como exemplo, destaco as primeiras frases do primeiro parágrafo.

Encontrei Rosana Aparecida Alves, 48 anos, recostada em dois travesseiros, com os cabelos pretos presos para trás. Seus olhos se fixaram nos meus na tarde de 9 de março. No Recanto São Camilo, no bairro paulistano do Jaçanã, o diálogo foi entrecortado pelo barulho do aparelho que levava a dose máxima de oxigênio aos pulmões dela. (ZAIDAN; ABREU, 2016, p. 100).

Além de trazer seu ponto de vista frente àquela situação e colocar-se no texto, a autora também constrói as cenas daquela conversa. Outro elemento presente no texto, e único na revista inteira, é o registro do diálogo completo. Maior do que na edição de fevereiro e escrito sem travessões, Patrícia Zaidan registra o diálogo que teve com Rosana, a primeira personagem citada na reportagem. Apesar de não estar escrito na forma tradicional de um diálogo, é perceptível que se trata de um pela construção das frases.

Perguntei como fora a conversa. ‘Difícil, Natalia não consegue acreditar que preciso partir’, disse. Em seguida, se corrigiu: ‘Na verdade, não tocamos no assunto, ela se recusa. Sem que eu dissesse com todas as letras, ela percebeu’. (ZAIDAN; ABREU, 2016, p. 100).

Como nesta reportagem há a presença dos quatro elementos, vale ainda registrar o símbolo de status construído pela repórter, que consegue passar um pouco da personalidade da psicóloga Cláudia Góes para os leitores. “No Recanto São Camilo, a psicóloga

Cláudia Góes e equipe já fizeram festa de bodas de ouro para um paciente às vésperas de entrar em óbito. Arrumaram champanhe sem álcool e sorvete de jaca para outros dois; ajudaram em um acerto de contas familiar.” (ZAIDAN; ABREU, 2016, p. 105).

Buscando exemplos além de “Amar é deixar ir”, outra construção cena a cena pode ser encontrada na reportagem “Um homem de valores”.

Depois de passar meses ensaiando em frente ao espelho, o jovem Marcelo Serrado, então com 15 anos, tomou coragem e convidou uma amiga que paquerava para passar o fim de semana em Arraial do Cabo, no Rio de Janeiro. Juntos, os adolescentes aproveitaram os dois dias mergulhando no mar e, à noite, vendo as estrelas deitados na areia da praia. Nas duas horas de viagem de volta para casa, ele tentou pegar na mão da garota, sem sucesso. ‘Tínhamos ficado o tempo todo juntos, no maior clima romântico, e eu fui incapaz de dar um beijo nela. Ali, vi que tinha que mudar’, lembra o carioca. (MEDINA, 2016, p.96).

Alessandra Medina constrói, por meio das lembranças de Marcelo Serrado, as cenas do final de semana em questão, em Arraial do Cabo. Além de ser uma construção longa, ela abre a reportagem – recurso usado para atrair a atenção do leitor logo no primeiro parágrafo.

Em “Males de gente grande”, a repórter Ana Paula Alfano (2016, p.169) fala sobre doenças que antes eram consideradas apenas de adultos, e hoje em dia estão atingindo crianças. Ao contar a história de Thyago, uma criança de 5 anos obesa e com colesterol alterado, a repórter usa uma das falas da mãe do menino para criar um símbolo de status para ele. “Aprendi a fazer iogurte natural, mas preciso colocar no pote da marca que ele costumava consumir, com algumas gotas de corante para ficar rosado como o industrializado, ou ele não toma. ” Para criar uma identidade de simplicidade em seus personagens, na reportagem “Em busca da simplicidade”, Liliane Prata descreve o jeito que eles vivem hoje em dia.

Hoje, consomem os legumes, frutas e hortaliças que eles mesmos plantam. Tomam leite da vaca de estimação e comem os ovos da galinha com quem dividem o endereço. Aposentaram o celular, já que não há sinal no sítio, e se conectam à internet por meio das ondas de rádio de uma torre nas imediações. (PRATA, 2016, p.120).

## 6. Considerações finais



A revista Claudia está cada vez mais atenta e atualizada às necessidades de seus leitores. Essa é uma das principais conclusões que se pode tirar depois de analisar três edições seguidas da publicação. Quando se tornou impossível ignorar o espaço que a internet e seu modo de noticiar os fatos, bem como a vida agitada que, supostamente, a maioria das pessoas tem hoje, Claudia soube se adaptar e oferecer aos seus leitores o que eles precisavam.

Com textos mais curtos e dinâmicos, ela prende a atenção do leitor. Reportagens que ignoram os limites do lead, consideram o conceito de cidadania e proporcionam uma visão ampla de determinados assuntos, trazendo assim, elementos do próprio Jornalismo Literário – elementos estes que não pertencem ao Novo Jornalismo, mas que influenciaram e fizeram a frente para ele. E, obviamente, que usam continuamente os elementos do Novo Jornalismo.

Apesar de os textos de Claudia não serem extensos, as repórteres da revista (todas as repórteres no expediente da revista são mulheres) conseguem introduzir pelo menos uma das características do Novo Jornalismo a eles, e assim, deixá-los menos comuns, como se tivesse apenas relatando fatos. Essa proximidade, principalmente, que o uso do Novo Jornalismo traz entre revista e leitor, é um dos grandes acertos de Claudia. Ela adaptou-se ao seu novo velho público usando um jornalismo que há muito havia sido esquecido por outras publicações ou que apenas aparecia naquelas já consagradas.

Por fim, reescrevo aqui uma frase da justificativa do projeto deste mesmo artigo que resume o que foi identificado, analisado e justificado por meio das três edições de Claudia: É importante, principalmente para pessoas ligadas à comunicação, saber que alguns veículos ultrapassaram os anos e as crises da área, e não deixaram de oferecer conteúdo com qualidade jornalística a seus leitores.

## 7. REFERÊNCIAS

ACKERMANN, Luciana. Sim, ela pode. **Claudia, São Paulo, número 2, p. 82-87, fevereiro 2016.**

ALFANO, Ana Paula. Males de gente grande. **Claudia, São Paulo, número 4, p. 168-170, abril 2016.**

ALMEIDA, Cynthia de. Saber pedir. **Claudia, São Paulo, número 2, p. 28, fevereiro 2016.**

D'ERCOLE, Isabella. As mulheres já ganharam as Olimpíadas. **Claudia**, São Paulo, número 3, p. 104-109, março 2016b.

D'ERCOLE, Isabella. Camila Pitanga. **Claudia**, São Paulo, número 3, p. 98-103, março 2016a.

D'ERCOLE, Isabella. Um belo retorno. **Claudia**, São Paulo, número 3, p. 120-123, março 2016c.

FONTANA, Mônica. **Os limites entre fato e ficção: jornalismo literário em perspectiva**. Anais do Evento PG Letras 30 Anos Vol. I (1): 325-333. Universidade Federal de Pernambuco. Dezembro de 2006. Disponível em: <[http://www.pgletras.com.br/Anais-30-Anos/Docs/Artigos/3.%20Pesq%20em%20andamento%20Literatura/3.6\\_Monica\\_Fontana.pdf](http://www.pgletras.com.br/Anais-30-Anos/Docs/Artigos/3.%20Pesq%20em%20andamento%20Literatura/3.6_Monica_Fontana.pdf)> . Acesso em 04/04/2016.

HERSCOVITZ, Heloíza. G. Análise de Conteúdo em Jornalismo. In: LAGO, Cláudia; BENNETTI, Marcia. **Metodologia de Pesquisa em Jornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2007. 286 p.

MEDINA, Alessandra. Um homem de valores. **Claudia**, São Paulo, número 4, p. 96-99, abril 2016.

MORISAWA, Mariane. Feminismo Pop. **Claudia, São Paulo, número 2, p. 20-21, fevereiro 2016a.**

MORISAWA, Mariane. Leonardo DiCaprio. **Claudia**, São Paulo, número 2, p. 88-91, fevereiro 2016b.

ORLANDI, Ana Paula. Leitura estrangeira. **Claudia**, São Paulo, número 3, p. 36, março 2016.

PENA, Felipe. **Jornalismo Literário**. São Paulo: Contexto, 2008. 142 p.

PRATA, Liliane. Em busca da simplicidade. **Claudia**, São Paulo, número 4, p. 120-123, abril 2016.

SCALZO, Marília. **Jornalismo de Revista**. São Paulo: Contexto, 2003. 112 p

VILAS BOAS, Sergio. **O estilo magazine: O texto em revista**. São Paulo: Summus, 1996. 118 p.

WOLFE, Tom. **Radical Chique e o Novo Jornalismo**. 2. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2005. 245 p.

ZAIDAN, Patrícia; ABREU, Gabriela. Amar é deixar ir. **Claudia**, São Paulo, número 4, p. 100-105, abril 2016.