



CENTRO UNIVERSITÁRIO DE BRASÍLIA –UniCEUB

Faculdade de Tecnologia e Ciências Sociais

Aplicadas - FATECS

THAIANA PROFETA SOARES

AS CELEBRIDADES COMO NOTÍCIA:

UMA ANÁLISE DAS REVISTAS *CARAS* E *CONTIGO!*

Brasília

2013

THAIANA PROFETA SOARES

AS CELEBRIDADES COMO NOTÍCIA:

UMA ANÁLISE DAS REVISTAS *CARAS* E *CONTIGO!*

Monografia apresentada como um dos pré-requisitos para conclusão do Curso de Jornalismo na Faculdade de Tecnologia e Ciências Sociais Aplicadas do Centro Universitário de Brasília.

Orientador: Prof. Vivaldo Sousa

Brasília

2013

THAIANA PROFETA SOARES

AS CELEBRIDADES COMO NOTÍCIA:

UMA ANÁLISE DAS REVISTAS *CARAS* E *CONTIGO!*

Monografia apresentada como um dos pré-requisitos para conclusão do Curso de Jornalismo na Faculdade de Tecnologia e Ciências Sociais Aplicadas do Centro Universitário de Brasília.

Orientador: Prof. Vivaldo Sousa

Banca examinadora:

Prof. Vivaldo Sousa

Orientador

Prof. Ursula Diesel

Examinadora

Prof. Luiz Claudio Ferreira

Examinador

Dedico este trabalho à minha família que esteve presente em todos os momentos me incentivando e me apoiando.

AGRADECIMENTO

Agradeço primeiramente a Deus por ter conduzido meus passos e permitido a alcançar essa conquista. À minha família pelo incentivo e apoio dado em todos os momentos e por terem tornado possível a realização deste curso. Aos professores pela dedicação, conhecimento e auxílio. A todos que contribuíram direta e indiretamente para a concretização desta importante etapa.

RESUMO

As revistas de celebridades são aquelas destinadas a cobrir a vida de personalidades famosas. Elas noticiam assuntos relacionados a artistas da televisão, música, cinema, teatro entre outros. Essas revistas geram divergências sobre o que abordam como notícia, se o que fazem é ou não jornalismo. Para avaliar o conteúdo desse tipo de veículo foram analisados quatro exemplares de duas revistas brasileiras, *Caras* e *Contigo!*, ambas da Editora Abril.

Palavras-chave: *Caras*. *Contigo!*. Revistas. Celebridades. Jornalismo.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	09
2 REFERENCIAL TEÓRICO	11
2.1 Jornalismo.....	11
2.2 Conceito e origem da palavra revista.....	14
2.3 História das revistas brasileiras	14
2.4 Tipos de revistas	17
2.5 Jornalismo de revista	18
2.6 Perfil da revista <i>Caras</i>	22
2.7 Perfil da revista <i>Contigo!</i>	23
3 METODOLOGIA	24
4 ANÁLISE DAS REVISTAS <i>CARAS</i> E <i>CONTIGO!</i>	25
4.1 Exemplares de <i>Caras</i>	25
4.1.1 Edição de 15 de março de 2013	25
4.1.2 Edição de 22 de março de 2013	27
4.1.3 Edição de 29 de março de 2013	29
4.1.4 Edição de 05 de abril de 2013	31
4.2 Exemplares de <i>Contigo!</i>	33

4.2.1 Edição de 14 de março de 2013	33
4.2.2 Edição de 21 de março de 2013	35
4.2.3 Edição de 28 de março de 2013	37
4.2.4 Edição de 04 de abril de 2013	38
4.3 Comparação entre as edições de <i>Caras</i>	40
4.4 Comparação entre as edições de <i>Contigo!</i>	41
4.5 Comparação entre <i>Caras</i> e <i>Contigo!</i>	42
CONCLUSÃO	45
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	47
ANEXO	49
Anexo A	49
Anexo B	50
Anexo C	51
Anexo D	52
Anexo E	53
Anexo F	54
Anexo G	55
Anexo H	56

INTRODUÇÃO

As revistas estão presentes em vários espaços da vida cotidiana. Em salões de beleza, consultórios médicos, clínicas e em empresas sempre é possível encontrar os mais diversos tipos. Desde exemplares sobre arte e cinema até revistas institucionais, elas estão disponíveis para informar e entreter. Porém, algumas como as chamadas revistas de celebridades causam dúvidas quanto a sua classificação, se são ou não produtos do jornalismo.

Para muitos é só entretenimento. Para outros é jornalismo. As revistas de celebridades geram discussão por conta do que abordam como notícia. É certo que o texto de revista utiliza técnicas do jornalismo para transformar um fato em notícia. Mas o que está em questão é o conteúdo transmitido por essas revistas.

Fofocas, casamentos, viagens e passeios de famosos sempre são pauta das revistas de celebridades. Tais assuntos são de interesse público ou de interesse do público? Essas personalidades são notícia por fazer parte de fatos relevantes para a sociedade ou porque o público tem curiosidade de saber sobre suas vidas? Quando o assunto é o conteúdo de uma notícia essa questão sempre está em jogo. Oferecer ao leitor o que é importante ou o que ele deseja ler?

Para avaliar mais a fundo o teor jornalístico de tais revistas é necessário, primeiramente, compreender o jornalismo. O texto, os elementos que o compõem e o que é necessário para um fato se tornar notícia. Em seguida é preciso definir o que são as revistas, como surgiram e como são classificadas. Em terceiro lugar deve-se entender como é o jornalismo de revista, como é feito, quais as suas particularidades e os componentes essenciais para uma boa matéria de revista.

Após a definição de cada parte que integra a pesquisa é necessário analisar o conteúdo das revistas desse segmento. E para que isso seja feito foram escolhidas duas revistas brasileiras: *Caras* e *Contigo!*, ambas da Editora Abril. Serão analisadas quatro matérias de quatro exemplares de cada veículo em que se examinará os elementos textuais e visuais. Em seguida será realizada a comparação entre *Caras*

e *Contigo!*. Depois da avaliação desses dois veículos, será feita a relação ou dissociação deles com o jornalismo, a partir das reportagens analisadas.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Jornalismo

“Jornalismo, independentemente de qualquer definição acadêmica, é uma fascinante batalha pela conquista das mentes e corações de seus alvos: leitores, telespectadores ou ouvintes.” (ROSSI, 1994, p.7).

Para entender como funciona o texto jornalístico é necessário compreender o que é notícia. A notícia é a técnica de relatar um fato. Ela é um produto colocado à venda que atende às exigências do mercado. Para existir notícia é preciso que haja uma informação de interesse universal. “A informação é transformada em notícia mediante o uso das técnicas de jornalismo ou de redação jornalística.” (Lustosa, 1996, p. 18).

Para selecionar a pauta, ou seja, o fato que poderá se tornar notícia é necessário compreender os valores-notícia ou critérios de noticiabilidade. Para Traquina (2005), existem os valores-notícia de seleção e os valores-notícia de construção. Para esse estudo serão apenas expostos os critérios de seleção da notícia.

O primeiro critério é a **morte**. Onde há morte há jornalistas, e quanto mais forem mais a notícia ganhará destaque. Isso explica o negativismo no mundo jornalístico. Acidentes, bombardeios e assassinatos geralmente são pautas que rendem muitas páginas.

Outro valor-notícia é a **notoriedade**. A celebridade ou a importância hierárquica dos indivíduos envolvidos no acontecimento tem valor como notícia. Exemplo: o que o Presidente da República faz é importante porque o Presidente da República é importante.

A **proximidade** também é fundamental para selecionar o que será noticiado. É preciso considerar a proximidade tanto em termos geográficos como em termos culturais. Por exemplo, um evento que esteja ocorrendo em Salvador poderá ser importante para os moradores dessa cidade, mas dependendo de sua abrangência, não será noticiado em outras cidades. Mas se houver, por exemplo, a participação de um artista português, poderá ser noticiado em Portugal.

Outro critério de seleção é a **relevância**. “Este valor-notícia responde à preocupação de informar o público dos acontecimentos que são importantes porque têm um impacto sobre a vida das pessoas.” (TRAQUINA, 2005, p. 80). Neste caso a noticiabilidade está relacionada à capacidade do acontecimento de ter impacto sobre as pessoas, sobre o país e sobre a nação.

A **novidade** é outro conceito que sempre é considerado. Para os jornalistas uma questão central é o que há de novo. Sendo que a grande dificuldade é a justificativa para voltar ao assunto sem novos elementos. Geralmente tem que haver algo de novo para voltar a falar do assunto.

O fator **tempo** é mais um dos valores-notícia. Ele é importante sob diferentes aspectos. Primeiro na forma de atualidade. Em segundo quando uma notícia se refere a uma data específica, como por exemplo, o Natal ou o Dia das Mães. E em terceiro devido ao seu impacto na comunidade jornalística, uma assunto ganha noticiabilidade e permanece como assunto com valor-notícia durante um tempo mais extenso.

A **notabilidade** também é fundamental. Ela se refere “a qualidade de ser visível, de ser tangível.” (TRAQUINA, 2005, p. 82). Há vários registros de notabilidade. Um deles é a quantidade de pessoas que o episódio envolve. Outro é a falha, o que é frequente em acidentes de avião e acidentes nucleares.

Outro valor-notícia é o **inesperado**. Ou seja, é o que surpreende, o mega-acontecimento, o que não é comum. Um exemplo de fato inesperado foram os ataques ao *World Trade Center* em 11 de setembro de 2001. Ou ainda o tsunami no Japão em 2004.

O **conflito** ou a **controvérsia** também é um critério. Ocorre quando existe violência física ou simbólica, como uma disputa verbal entre líderes políticos. A presença da violência sempre fornece mais visibilidade ao ocorrido. Um valor que está ligado a violência é a **infração**. “Por infração refere-se sobretudo a violação, a transgressão das regras. Assim podemos compreender a importância do crime como notícia.” (TRAQUINA, 2005, p. 85).

O último valor considerado por Traquina (2005) é o **escândalo**. Este fator está ligado a quebra de valores e leis. Questões como a pedofilia e corrupção são tidos como ilegítimos.

Além dos critérios de seleção da notícia é necessário considerar alguns elementos essenciais a construção de um texto. O texto no jornalismo deve ser breve e objetivo. “Um texto jornalístico tem de ser construído e organizado de maneira a ser facilmente acedido e compreendido, sem dúvidas ou ambiguidades.” (SOUSA, 2001, p.122). De acordo com Lustosa (1996, p. 81) existem quatro elementos essenciais para produção de um bom texto de notícia:

1) objetividade

Primeiro, o redator deve narrar o fato principal. Nada de supervalorização de detalhes que terminam confundindo o leitor. Se o repórter vai noticiar um assalto a banco, a primeira coisa a dizer é que o banco foi assaltado, quantos ladrões eram e quanto levaram [...].

2) clareza

O jornalista só deve falar sobre o que ele sabe, caso contrário, termina dizendo tolices. Se tem dúvida sobre um detalhe que achou importante e não conseguiu entender, não deve conjecturar. O fundamental é ter elucidado toda a matéria-prima da informação e checá-la, para produzir um material de boa qualidade [...].

3) concisão

O redator não deve dizer em dez palavras o que pode dizer em duas. É preciso evitar mostrar-se envolvido e íntimo dos fatos e dizer mil coisas que todo mundo sabe e que nunca tornam a notícia mais completa e mais clara. A notícia tem de ser *pão, pão, queijo, queijo* [...].

4) precisão

Se o jornalista informar que em uma reunião estavam presentes dez pessoas e adiante, no mesmo texto, informar que doze dos presentes voltaram pela aprovação de um determinado procedimento político, é preciso esclarecer a presença de mais dois, se é que não foi simplesmente um engano [...].

Ao escolher qual conteúdo se deve veicular em uma matéria, as empresas jornalísticas se deparam com um dilema: publicar o que é importante ou o que é interessante? O que é de interesse público ou o que é de interesse do público? (CORREIA, 1997).

Segundo Correia (1997, p.145):

[...] os media devem ou não limitar-se a oferecer ao público aquilo que o público gosta, ou seja, aquilo que faz crescer as tiragens e audiências?

Deve-se dizer que na prática cotidiana das redações, a avaliação da noticiabilidade de um acontecimento faz-se geralmente, em dois planos: o acontecimento isoladamente e o do acontecimento integrado no conjunto de todos aqueles susceptíveis de serem incluídos no noticiário, na medida em que o equilíbrio interno deste [...] é em si próprio um valor-notícia e um fator considerado de grande importância para a construção do produto informativo como um todo [...].

A contradição entre o que é importante e o que é interessante geralmente é resolvida por meio da gestão diária da avaliação do material noticiável levando em consideração os valores-notícia no contexto organizacional. Porém, a pressão do mercado e da concorrência muitas vezes sobrepõe o interesse do público ao interesse público (CORREIA, 1997).

2.2 Conceito e origem da palavra revista

A revista é um veículo de comunicação que apresenta reportagens diversas sobre um tema ou vários temas em uma mesma edição. As matérias escritas para a revista apresentam um fato de forma mais completa e descritiva do que em outras mídias, como é o caso do jornal. Pode-se dizer que elas se situam entre o livro e o jornal. “Uma revista é um veículo de comunicação, um produto, um negócio, uma marca, um objeto, um conjunto de serviços, uma mistura de jornalismo e entretenimento”. (SCALZO, 2003, p.11).

Segundo Ali (2009, p. 19):

A palavra “revista” vem do inglês “Review”, que quer dizer, entre outras coisas, “revista”, “resenha” e “crítica literária” [...]. Entretanto, na Inglaterra, nos Estados Unidos e em outros países de língua inglesa, revista é chamada de “*magazine*”, que vem da palavra árabe “*al-mahazem*”, que significa “armazém” ou “depósito de mercadorias variadas”. Isso porque, diferente do livro que geralmente é monotemático, a revista apresenta uma variedade de assuntos. De mesma origem é a palavra francesa “*magazine*”, que, além de revista, significa “loja de departamentos”.

2.3 História das revistas brasileiras

As revistas chegaram ao Brasil no início do século XIX, junto com a corte portuguesa. Antes disso não havia imprensa no Brasil. A primeira revista foi a *As Variedades* ou *Ensaio de Literatura*, lançada em 1812 em Salvador. Ela se

assemelhava a um livro e apresentava “[...] discursos sobre costumes e virtudes morais e sociais, algumas novelas de escolhido gosto e moral, extratos de história antiga e moderna, nacional ou estrangeira, resumos de viagens, pedaços de autores clássicos portugueses. [...]” (SCALZO, 2003, p. 27). A segunda revista publicada no Brasil foi *O Patriota*, que surgiu em 1813 no Rio de Janeiro.

A primeira segmentada por tema foi *O Propagador das Ciências Médicas*, em 1827 no Rio de Janeiro. Neste mesmo ano aparece também a pioneira entre as revistas femininas: *Espelho Diamantino*.

Entre o final do século XIX e início do XX, nasce um novo tipo de revista. Chamadas “galantes” elas eram voltadas para o público masculino. *O Rio Nu* foi a primeira, em 1898, mas o auge do gênero foi em 1922, com o lançamento de *A Maçã*. Nessa época o país passava por mudanças na estrutura socioeconômica. Após a Primeira Guerra Mundial, a classe média estava mais presente no cenário político. Esse setor da sociedade tendia a apoiar figuras e movimentos que levantassem a bandeira para o libertarismo autêntico. Buscavam eleições limpas, respeito aos direitos individuais, mais educação para o povo, exigência do voto secreto e criação de uma justiça eleitoral (FAUSTO, 1995).

No que diz respeito às revistas em quadrinhos as primeiras aparecem em 1905 com a *Tico-Tico*. Nesse gênero também são *Gibi* (1939), trazendo histórias de Super-Homem, Tarzan e Zorro. Em 1950 com o *Pato Donald* a Walt Disney chega ao Brasil.

As revistas de variedades surgem em 1849 com a publicação de *A Marmota da Corte*. Nessa mesma linha também são lançadas a *Semana Ilustrada* e a *Revista da Semana*. A última foi criada em 1900 e foi pioneira na utilização sistemática de fotos, especializando-se em fazer reconstituições de crimes, em estúdios fotográficos.

Outra importante revista de variedades foi *O Cruzeiro*. A revista semanal criada em 1928 por Assis Chateaubriand estabeleceu uma nova linguagem, publicando grandes reportagens e enfatizando o fotojornalismo. Chegou a vender cerca de 700 mil exemplares por semana na década de 1950. Em 1970 o fenômeno editorial acaba, por conta da forte concorrente, a revista *Manchete*. Esta foi criada em 1952 e

valorizava ainda mais aspectos gráficos e fotográficos. Ela sobreviveu até o início da década de 1990 (SCALZO, 2003).

Nesse segmento também se destacam *Diretrizes* (1938), *Capricho* (1952) e *Senhor* (1959). Uma das revistas brasileiras considerada mais bem conceituada da história foi a *Realidade* (1966) da Editora Abril. Ela tinha o enfoque no jornalismo investigativo, mas com uma postura mais crítica que *O Cruzeiro* e *Manchete*. “[...] retratou um Brasil em mudança, publicou grandes narrativas de repórteres que percorriam o Brasil e o mundo, e ensaios fotográficos de qualidade.” (ALI, 2009, p. 371).

Depois de *Realidade* a Editora Abril investiu em *Veja*. Revista de 1968 criada nos moldes da americana *Time*, atualmente é a maior e mais importante revista brasileira. De acordo com o Instituto Verificador de Circulação (IVC), em 2010 a circulação da *Veja* era de mais de um milhão de exemplares. Outras como *Isto é* (1976) e *Época* (1998) também são destaques atualmente (SCALZO, 2003).

As revistas segmentadas tiveram grande crescimento. SCALZO (2003, p. 32) conta como elas conquistaram mais espaço:

No final da década de 1950 e na década de 1960, as revistas, já reconhecidas como bons veículos para a publicidade, acompanham muito de perto o desenvolvimento da indústria. Começa a se delinear ali o moderno conceito de segmentação editorial. Surgem nessa época, como se viu, as revistas técnicas segmentadas. Com o crescimento da indústria de fios e tecidos, surgem as revistas de moda. Em 1960 acompanhando o surgimento da indústria automobilística e da construção de estradas no Brasil, é lançada *Quatro Rodas*.

A primeira revista de moda foi *Manequim*, criada em 1959 que até hoje traz encartes com moldes para fazer roupas. Dois anos depois a *Claudia* vem para acompanhar a vida das mulheres que se tornavam cada vez mais independentes. O público masculino também inspirou revistas como *Fairplay* (1966) e *Homem* (que depois passaria a se chamar *Playboy*) em 1975 (SCALZO, 2003).

ALI (2009, p. 32) ressalta o alcance das revistas segmentadas:

Os dias da circulação de massa e de revistas de interesse geral já se foram. Cada vez mais elas se dirigem a um nicho do mercado, um grupo de pessoas com interesses ou características demográficas em comum, uma audiência especializada, segmentada.

2.4 Tipos de revista

Ali (2009) classifica as revistas em cinco tipos:

Revistas de consumo		Revistas Profissionais	Revistas de empresas e organizações		Suplementos de jornais	Zines
Tipo	Conceito	Conceito	Tipo	Conceito	Conceito	Conceito
Revistas de interesse geral	Revistas de notícias, de televisão e de celebridades. Ex: <i>Veja</i> , <i>Istoé</i> , <i>Títiti</i> , <i>Contigo!</i> e <i>Caras</i> .	São dirigidas a públicos de determinadas profissões: médicos, advogados e professores	Revistas sob medida ou customizadas	Patrocinadas por uma empresa, essas revistas têm objetivos promocionais.	São os jornais que apresentam sua versão em revista. Ex: <i>Revista do Correio</i> .	Revistas de baixo custo, em geral criadas por um computador pessoal.
Revistas segmentadas por público	São voltadas a públicos específicos como mulheres, homens, jovens e crianças. Ex: <i>Claudia</i> e <i>Playboy</i>		Revistas institucionais	Publicadas por empresas para comunicação com funcionários, clientes e mercado		
Revistas segmentadas por interesse	Destinadas a atividades mais específicas, a interesses particulares. Ex: <i>Quatro Rodas</i> e <i>Manequim Noiva</i>		Revistas de associações	É destinada a comunicação com os membros de uma entidade. Em geral é gratuita. Ex: revistas de universidades.		

As revistas de celebridades, foco deste trabalho e descritas anteriormente, são revistas de consumo e de grande circulação. São aquelas dedicadas às notícias que giram em torno de personalidades famosas. Pessoas reconhecidas por sua notoriedade seja na música, televisão, cinema ou em outras atividades. Nessas revistas são divulgados casamentos de atrizes, viagens de família de apresentadores, dicas de beleza de modelos entre outros assuntos. Tal segmento é cada vez mais popular.

Sacalzo (2003) fala que com o Plano Real e a estabilidade da moeda, as classes C e D adquiriram maior poder aquisitivo. Houve então a explosão das revistas populares voltadas para mulheres da classe C. Alguns exemplos são a *Contigo!* e a *Títiti* porém, a maioria do público da *Contigo!* atualmente pertence a classe B, como será abordado adiante no perfil das revistas analisadas. Com os novos rumos que

as revistas assumiram, começou a crítica em torno da relação entre entretenimento e jornalismo.

Sobre as revistas que noticiam a vida de celebridades ALI (2009, p. 210) diz:

Parte do interesse do público pelas celeridades está nas fantasias criadas a respeito de suas vidas. As pessoas imaginam que os famosos vivem num clima eternamente espetacular e fascinante, diferente da vida dos comuns dos mortais. Muitos se perguntam o que fariam se fossem ricos como eles e pudessem comprar tudo o que desejassem. Daí o sucesso desse gênero.

2.5 Jornalismo de revista

A primeira característica do jornalismo de revista é que tais veículos falam diretamente com o leitor. Apresentam assuntos voltados para um público específico, é segmentada. “[...] a revista entra no espaço privado, na intimidade, na casa dos leitores. Há revistas de sala, de cozinha, de quarto, de banheiros [...]” (SCALZO, 2003, p. 14). Elas são feitas para públicos específicos. Existem revistas esportivas, de moda, de casa, para mães e uma infinidade de outras mais. Muitas ainda são institucionais e voltadas para os clientes de determinada organização.

A revista também é caracterizada por ser mais específica que os outros veículos. Isso se deve principalmente a periodicidade. Elas geralmente são semanais, quinzenais ou mensais. Apresentam um fato com mais profundidade do que outros meios jornalísticos diários. Com isso a apuração das revistas é maior e mais completa. Mostram o fato com maior abrangência, assim como seus antecedentes, relações e consequências. Com tempo maior de apuração o texto de revista acaba sendo mais elaborado e completo.

Outro ponto que diferencia as revistas dos demais meios jornalísticos é o formato. A apresentação visual é essencial para a composição de uma revista. Existe um esforço em sustentar o interesse do leitor. Produzindo uma capa com atrativos de uma embalagem. É essencial que uma revista tenha fotografia, design e texto de qualidade (Vilas Boas, 1996). O papel costuma ser de alta qualidade e ao contrário do jornal é fácil de carregar. Existem variações no tamanho, desde “revistas de bolso” até formatos maiores. O mais comum é o formato 20,2x26,6 cm.

As revistas podem ter tanto temas de abrangência jornalística como temas voltados ao entretenimento. Porém, ainda que um assunto se defina como sendo puramente entretenimento, ele necessita utilizar técnicas do jornalismo para se tornar uma matéria. Princípios como clareza, exatidão, coesão devem estar presentes em qualquer texto de revista. Pois, ainda que seja mais abrangente, o texto de revista deve ter objetividade para fazer com que o leitor leia até o fim uma matéria. Mas será que por veicular entretenimento essas revistas são produtos do jornalismo?

Segundo SCALZO (2003, p.52)

Não há nenhum problema em revistas reservarem espaços generosos para o entretenimento – algumas publicações são, por sinal, inteiramente dedicadas a ele – assim como logicamente não há qualquer problema em algumas revistas dedicarem-se exclusivamente à educação ou à informação, muito pelo contrário. Nesse ponto, a propalada tensão entre jornalismo e entretenimento, no meio revista, torna-se uma discussão sem sentido. Há espaço para as duas coisas, desde que se perceba, é claro, os limites e possibilidades de cada área, sem querer misturar uma com a outra.

Para Vilas Boas (1996, p. 34):

Como em qualquer outro texto, o de revista se caracteriza pela correção gramatical. Mas tem também o sentido de informação e, por que não dizer, de entretenimento. Um lazer que mistura sedução, necessidade de haver personagens, “espetáculos” etc.

Para determinar o que é notícia em revista é necessário também pensar nos interesses específicos dos leitores. Pois se um assunto já foi publicado pelos veículos diários, o leitor não vai querer ver a mesma coisa em sua revista. É preciso noticiá-lo sob um enfoque que ninguém ainda deu, complementando, analisando e interpretando. “A periodicidade mais elástica exige que o jornalista encontre novos enfoques para os assuntos que vai tratar, buscando sempre uma maneira original de abordá-lo.” (SCALZO, 2003, p. 65).

Outra questão importante é a diversificação e o equilíbrio a cada edição. A diversificação é que vai ditar o ritmo da revista. Por exemplo, em uma revista especializada em moda, beleza e comportamento, é necessário que os três eixos tenham o mesmo destaque. Não funciona dar ênfase num mês à beleza, no outro à moda e, num terceiro a matérias de comportamento.

“A cada edição o leitor vai encontrar, ao mesmo tempo, variedade e algumas marcas de identidade, que o permitem reconhecer e manter uma relação de familiaridade com sua revista predileta.” (SCALZO, 2003, p. 66).

Como regra geral, a revista produz um texto interpretativo e mais rico em detalhes. Ao contrário do que ocorre com jornais e emissoras de rádio e televisão, não há preocupação de construção de um lide igual o modelo típico dos veículos diários que narram fatos relativos aos acontecimentos da atualidade. O texto na revista é recuperativo. A contextualização do fato narrado é feita a partir do processo de recuperação de vários acontecimentos. A matéria da revista é na maioria das vezes, uma reportagem descompromissada com o factual. (LUSTOSA, 1996).

Como enfatiza LUSTOSA (1996, p. 104)

A matéria de revista é geralmente uma reportagem descompromissada com o factual e com os acontecimentos rotineiros, objetivando muito mais uma interpretação dos fatos e análise de suas consequências, pois raramente pode ou procura oferecer novidades no sentido do que é assegurado pelas emissoras de televisão, de rádio e pelos jornais.

Para Vilas Boas (1996) o texto de revista oferece a reflexão, a visão detalhada que faz o leitor mergulhar na “história” depois de “assentada a poeira”. Enumerar, descrever detalhes, comparar, fazer analogias, criar contrastes, exemplificar, lembrar, ilustrar e dar testemunhalidade são critérios essenciais nas revistas.

Na revista também é comum produzir reportagens a partir do “aniversário” de um fato muito importante como, por exemplo, os ataques de 11 de setembro.

ALI (2009, p. 208) destaca a importância de a notícia ser relevante para o leitor:

Os objetivos do jornalismo não se limitam a noticiar fatos, mas também selecionar, orientar e educar. Infelizmente, os veículos noticiosos muitas vezes perdem a oportunidade de prestar um importante serviço ao leitor e ao cidadão; o de ajudá-lo a entender como as notícias afetam a sua vida para que ele possa formar sua opinião e agir no seu interesse.

Para comunicar melhor o que se deseja noticiar as revistas, assim como outros veículos impressos e televisivos, utilizam imagens. As fotos “são um componente básico do que caracteriza uma revista e parte do processo de edição com uma importante função: fazer o leitor parar e despertar sua curiosidade para o texto.”

(ALI, 2009, p. 166). Antes de a foto ser inserida na matéria deve-se garantir que ela seja coerente com o título e a mensagem do texto.

Fatima Ali fala de alguns elementos essenciais em uma imagem. O primeiro é o ponto focal na foto: “Muitos elementos, e sem destaque para um deles, dispersam o olhar do leitor, ao passo que, quando há um ponto focal forte, o leitor tem um lugar por onde começar a olhar.” (ALI, 2009, p. 166).

Outra questão importante é a presença de pessoas nas fotos. Sempre que possível, mesmo no caso de uma foto técnica, é importante ter “gente”. Mostrando assim que o ser humano está envolvido com o assunto em questão. No que diz respeito ao tamanho e a proporção da imagem eles são dependentes do valor da foto (mensagem ou qualidade), e não do espaço disponível.

A infografia também é muito utilizada nas revistas. Ela “é uma maneira de fornecer informação ao leitor, utilizando um conjunto de gráficos, tabelas, desenhos, fotos, legendas, ilustrações, mapas, maquetes.” (SCALZO, 2003, p. 74). Assim como na fotografia os infográficos chamam a atenção do leitor e faz com que ele decida ou não seguir adiante na leitura da matéria.

A infografia deve fornecer dados complementares ao texto. Como sugere Scalzo (2003, p. 75)

“[...] com criatividade e racionalidade, você pode extrair do texto todo tipo de informação não narrativa que dificulte a leitura, como dados numéricos, por exemplo números são sempre mais fáceis de entender quando estão dispostos em forma de gráficos e tabelas[...].

Outro componente fundamental nas revistas é a capa. É o primeiro elemento que será notado. “Uma revista tem cinco segundos para atrair a atenção do leitor na banca. Nessa fração de tempo, a capa tem de transmitir a identidade e o conteúdo da publicação, deter o leitor, levá-lo a pegar o exemplar, abri-lo e comprá-lo.” (ALI, 2009, p. 67).

A capa deve atrair o leitor pelo conteúdo e impacto visual. É sempre melhor dar preferência às cores vivas, em geral, as que funcionam melhor são branco, preto e vermelho. A capa deve ser limpa, de preferência com grande área lisa e um elemento único. Muitos detalhes desviam a atenção do leitor. “De preferência, o

fundo deve ser uniforme, liso e contrastante; as chamadas com tipografia clara e legível a distância.” (ALI, 2009, p. 70).

Uma boa fotografia sempre é importante e na capa é indispensável, ela é o primeiro elemento que o público irá notar. O logotipo da revista também é fundamental, principalmente quando a revista já é conhecida e tem credibilidade. Pois, quando uma pessoa vê na banca duas revistas com a mesma notícia na capa, ela preferirá comprar aquela que ela já conhece. Tanto o logotipo como o estilo da capa deve ser uma espécie de “marca registrada” da publicação. (SCALZO, 2003).

2.6 Perfil da revista *Caras*

A revista *Caras* existe há 20 anos e é uma ideia argentina que inspirou a versão brasileira. Ela é publicada pela editora Abril e semanalmente apresenta os principais acontecimentos nacionais e internacionais que giram em torno das celebridades. É publicada semanalmente, o exemplar custa R\$ 9,90.

De acordo com os Estudos Marplan EGM¹ (Estudo Geral de Meios) e com pesquisas de 2012 do Instituto Verificador de Circulação (IVC), a *Caras* possui 5.000.883 leitores. 75% são mulheres e a principal faixa etária tem entre 20 e 26 anos.

Com relação à classe social, 48% dos leitores pertencem à classe B. 46% deles são solteiros e 41% são casados. A região onde a *Caras* está mais presente é a Sudeste.

Ainda com base nos dados do IVC de 2012, a circulação total é de 336.756 exemplares por semana. Já a tiragem total é de 357.761 exemplares semanais. A estrutura da *Caras* é de 120 a 240 páginas, em geral se costuma dividir em 50% de publicidade e 50% de editoriais. O formato é de 22,5X 31 centímetros.

¹ As pesquisas dos Estudos Marplan EGM e do IVC estão disponíveis em: <http://caras.uol.com.br/anuncie/revista/perfil.html> e no material fornecido por e-mail pela Front Representação de Veículos de Comunicação Ltda.

A revista *Caras* tem as seguintes seções: *Caras*, *Agenda*, *Citações*, *Saúde*, *Amor*, *Etimologia*, *Estilo*, *Cruzadas*, *Caras Momentos*, *Cozinha de Caras* e *Foco*. Em três das quatro edições analisadas, além dessas também houve a *Grife Caras* a seção *Moda*. Em uma das edições também teve a *Caras Especial*, em que foi apresentada uma matéria dedicada aos 50 da apresentadora Xuxa Meneguel. Todas as seções são intercaladas com matérias e publicidades.

2.6 Perfil da revista *Contigo!*

A revista *Contigo!* tem 50 anos e assim como a *Caras*, seu foco são as personalidades famosas. Ela é publicada pela editora Abril e tem periodicidade semanal. Custa R\$ 8,90 e tem tamanho de 22,5 X 31 cm. Possui em média 160 páginas, sendo que 70% delas são de editoriais.

Conforme pesquisas do IVC de 2012 e da Projeção Brasil de Leitores de 2012², a *Contigo!* possui 2.851.960 de leitores semanais. Sua circulação é de 146.088 exemplares e a tiragem é de 200.029 exemplares por semana. Conforme os Estudos Marplan – EGM de 2012, 80% dos que leem *Contigo!* são mulheres. Já a idade mais frequente do público é de 25 a 34 anos, sendo que a maioria é casada. No que diz respeito a classe social, 46% fazem parte da classe B. A região sudeste é onde existe mais leitores da *Contigo!*, eles representam 48%.

A revista possui dez seções fixas, elas são: *Internet*, *Beleza*, *Bem-estar*, *Paladar*, *Agenda*, *Novelas*, *Horóscopo*, *Passatempo*, *Gente e Histórias* e *Agitos*. Além dessas, também houve nas edições analisadas uma ou duas seções não fixas em cada exemplar. Elas foram: *Moda*, *Looks*, *Tô na moda* e *Bastidor*.

² Pesquisa disponível em: <http://www.publiabril.com.br/marcas/14/revista/informacoes-gerais>.

3 METODOLOGIA

Para avaliar o nível jornalístico das revistas de celebridades, foi utilizado o método de análise de conteúdo das revistas *Caras* e *Contigo!*. A análise de conteúdo pode ser aplicada em estudos exploratórios, descritivos ou explanatórios. É utilizada também na descrição e classificação de produtos, gêneros e formatos jornalísticos, para avaliar características da produção de indivíduos, grupos e organizações. Serve para identificar elementos típicos, exemplos representativos e para comparar o conteúdo jornalístico de diferentes mídias.

Este método tem como característica a união de elementos quantitativos e qualitativos. Ele foi escolhido por avaliar um grande volume de informação. Sejam elas palavras, frases, parágrafos, imagens ou sons. Este método é o mais adequado porque permite a avaliação de informações que muitas vezes estão implícitas nos textos e conteúdos jornalísticos (LAGO, Cláudia e BENETTI, Marcia, 2008).

Foram selecionados esses dois veículos por conta da grande circulação que eles possuem no Brasil. Na pesquisa mais recente do IVC, realizada em 2012, a circulação total da revista *Caras* é de 336.756 exemplares semanais, o que a coloca em primeiro lugar entre as revistas do segmento de celebridades. Em segundo lugar está a *Contigo!* com 146.088 exemplares.

A opção por apenas duas revistas foi devido ao curto período para fazer esse estudo, o que inviabilizaria o exame de uma quantidade maior de revistas desse gênero. Para a análise de conteúdo foram selecionados 4 exemplares de *Caras* e de *Contigo!*. O período escolhido para realizar a análise de cada edição foi de 14 de março de 2013 a 5 de abril de 2013.

Nas análises será levada em consideração a capa das edições, o conteúdo das matérias, as fotos assim como os elementos que as compõe, os valores-notícia, as palavras utilizadas para enfatizar os assuntos principais da notícia e a organização das páginas.

4 ANÁLISE DAS REVISTAS *CARAS* E *CONTIGO!*

Capas das revistas

Publicação	<i>Caras</i>	<i>Contigo!</i>
14/03/2013 e 15/03/2013	Giovanna Antonelli: sucesso na TV e plano de nova gravidez	Priscila Fantin apaixonada por Romeo. A atriz apresenta o filho e fala sobre a maternidade.
21/03/2013 e 22/03/2013	Claudia Raia conta sua história de amor. Vilã de <i>Salve Jorge</i> não descarta filho com o ator Jarbas Homem de Mello.	Huck e Angélica apresentam Eva. E desfazem rumores sobre crise: “Nosso casamento está ótimo”.
28/03/2013 e 29/03/2013	Grazi Massafera: nova rotina da mãe de Sofia. De volta à TV, atriz conta como concilia trabalho e maternidade.	Deborah Secco. Dieta perigosa. Recuperada, atriz conta que ficou doente ao perder 12 Kg em 45 dias para viver personagem soropositiva no cinema.
04/04/2013 e 05/04/2013	Murilo Rosa e Fernanda Tavares. Após polêmica, ator e top model, casados há seis anos, reafirmam harmonia familiar.	Flavia Alessandra e Otaviano Costa. Sete anos de paixão. “Sexo fica cada vez melhor, mas a intimidade não é só sexual, é amorosa, afetuosa”.

4.1 Exemplares de *Caras*

4.1.1 Edição de 15 de março de 2013

A capa da edição traz uma das fotos da matéria com Giovanna Antonelli. O título da capa é: “Giovanna Antonelli: sucesso na TV e plano de nova gravidez”. Com a foto e o título que falam sobre uma atriz famosa, a capa cumpre seu papel de chamar a atenção do leitor. Pois ao ver uma matéria sobre detalhes da vida de uma celebridade, é despertada a curiosidade do público.

A matéria de capa desta edição tem como título: “Segredos de Giovanna Antonelli” e subtítulo: “Reeducação alimentar para *Salve Jorge* e sonho de nova gravidez”. O título chama a atenção por conta da palavra *segredos*, o que deixa o leitor curioso para saber do que se trata a matéria. No subtítulo (subtítulo) existe a palavra *sonho* que aproxima o leitor da notícia, pois parte-se do pressuposto de que todos tenham um sonho. Isso faz com que o público se identifique de imediato com o assunto.

A matéria noticia o sucesso que Giovanna Antonelli está fazendo em um papel de destaque na novela das nove, *Salve Jorge*, da Rede Globo. O texto é rico em detalhes, o que é uma característica da matéria de revista. Na reportagem são relatados detalhes sobre a preparação da atriz para interpretar a personagem e a satisfação com sua forma física. Além disso, é relatada a felicidade da atriz que tem três filhos e um casamento estável.

Com relação aos valores-notícia, essa matéria contempla três critérios de noticiabilidade. O primeiro é a *notoriedade* da pessoa que é o foco da notícia, ou seja, uma atriz da TV Globo, que já é reconhecida pelo público, em especial pelos leitores da revista. O segundo valor-notícia é a *proximidade*, no caso a proximidade com o público da revista *Caras*, que já está acostumado a ver Giovanna atuando em outros trabalhos e se interessa por questões que dizem respeito a ela. Esse critério também é justificado pelo fato de ser uma novela que é assistida, possivelmente, por muitos leitores. O *tempo* também pode ser identificado como um critério. Por ser uma novela atual, os assuntos que dizem respeito aos personagens são importantes para o público.

Na reportagem são atribuídos alguns adjetivos a Giovanna Antonelli, como: *moleca* e *grande*. Tais elementos ajudam a evidenciar ainda mais a atriz, assim como algumas frases como: *de bem com a vida e boa forma*. Além de palavras como: *destaque*, *sonhadora* e *madura*. Essas expressões, juntamente com o assunto da matéria passam a impressão de que a atriz é uma pessoa “perfeita” e completa. Tem uma carreira profissional bem sucedida, uma família feliz e está com uma excelente aparência. Como se Giovanna Antonelli não fosse um ser humano normal, com defeitos e problemas comuns. Ao ler essa matéria, muitas mulheres se veem obrigadas a serem como uma atriz global. Sendo que neste caso o ideal de uma mulher bem sucedida é Giovanna Antonelli.

São sete páginas dedicadas a esta reportagem. A maioria do texto é composta por falas da entrevistada. Sendo que na sexta página é reproduzida uma pequena entrevista, com cinco perguntas. As questões abordadas nessa entrevista são sobre a relação de Giovanna Antonelli com os três filhos, o projeto de ser mãe novamente e como ela concilia a profissão e os cuidados com o marido, os filhos e a casa. O

chamado olho (trecho da fala do entrevistado que é destacado do texto) foi usado três vezes.

As fotos dividem espaço com o texto ocupando a maior parte das páginas. No total são seis imagens sendo que duas chegam a ocupar duas páginas quase inteiras. As fotos estão em concordância com o texto, uma vez que realçam a boa fase que a atriz está vivendo.

A preferência por exibir mais fotos do que texto deve-se ao fato de a revista ter a necessidade de mostrar visualmente a segurança e a realização da entrevistada, atraindo o leitor que ao ver uma bela foto se interessa pelo texto. Outra questão que influencia a preferência por mais fotos pode estar relacionada ao projeto editorial da revista, que pode ter por objetivo apresentar mais ilustrações.

As imagens também são importantes porque em um texto de revista é essencial a apresentação visual, sendo que a grande quantidade de fotos contribui para isso. Além disso, muitas pessoas ao folhearem uma revista como a *Caras* não têm como principal finalidade ler o seu conteúdo, mas sim se distrair e se entreter e as fotos proporcionam isso.

Quase todas as fotos têm ao fundo a vista de São Conrado no Rio de Janeiro. O texto não traz informações sobre o local exato em que elas foram tiradas. Ao fundo das imagens encontram-se árvores, morros, mar, escadas e muros. As poses de Giovanna Antonelli juntamente com a paisagem transmitem serenidade, leveza e ao mesmo tempo segurança de estar vivendo um momento maduro e estável.

Em uma foto as pernas da atriz são evidenciadas para realçar sua boa forma assim como as roupas usadas por ela. Giovanna veste dois modelos diferentes de vestido que colaboram para contrastar com a paisagem que é basicamente azul. Uma das roupas tem cores fortes e a outra tem cores sóbrias deixando-a mais séria e madura.

4.1.2 Edição de 22 de março de 2013

A capa tem como título: “Claudia Raia conta sua história de amor. Vilã de Salve Jorge não descarta filho com o ator Jarbas Homem de Mello”. O título juntamente com a foto de capa chamam a atenção por se tratar de uma novidade, o namoro de dois atores.

A edição traz como título da matéria principal “Claudia Raia, um ano de paixão – Vilã de Salve Jorge se declara ao ator Jarbas Homem de Mello: “É um grande amor que não esperava mais à essa altura da vida”.

O título chama a atenção do leitor que geralmente tem curiosidade de saber como é o namoro entre duas pessoas famosas, Claudia Raia e Jarbas Homem de Mello. Já o subtítulo traz uma aspa de Claudia Raia se declarando para o ator. Isso muitas vezes faz com que as pessoas confundam ficção com realidade e acabem associando a história dos atores a um filme ou novela.

O assunto tratado é o relacionamento da atriz com o ator Jarbas Homem de Mello, que atualmente não está no ar, mas que se prepara para uma peça de teatro. O texto relata como os dois se conheceram, como é o cotidiano do casal e quais os planos deles para o futuro. É destacada também a profissão de Claudia Raia que atua como vilã da novela das nove da Rede Globo, assim como o sucesso que ela tem feito com o público que a assiste.

A maior parte do texto é formada por uma entrevista em que o casal responde perguntas a respeito do seu relacionamento. Como fazem para se encontrar, já que moram em cidades diferentes; como começaram a namorar; como é a relação entre os filhos de Claudia Raia e Jarbas Melo e os planos de terem filhos no futuro. Essas questões deixam o texto bem detalhado, o que é característica da abordagem da matéria de revista. A entrevista também contribui para maior objetividade do texto. O olho aparece duas vezes no texto.

A entrevista é composta por oito perguntas que são respondidas pelos dois atores, mas as respostas de Claudia são sempre maiores do que as de seu namorado. Isso indica não só que a atriz fala mais do que ele, mas também que ela é o foco da matéria, ainda mais porque existem perguntas feitas só para ela. Por ser uma personalidade já conhecida pelo público e por estar no ar em uma novela ela é considerada mais importante.

Os valores-notícia observados nesse texto são quatro. O primeiro é a *novidade*, um novo casal de famosos que assumiu um romance. Outro valor é a *notoriedade* das fontes da matéria, pois os dois são celebridades. O terceiro é a *proximidade*, por se tratar de pessoas famosas a reportagem interessa ao público e também pelo fato de

Claudia Raia estar no ar em uma novela. Um outro critério de noticiabilidade é a atualidade (*tempo*), por ser um namoro recente e por conta da atriz estar trabalhando em uma novela atual.

A matéria ocupa sete páginas que misturam fotos e texto. As fotos foram feitas na Ilha de *Caras* e mostram o casal esbanjando felicidade em poses que demonstram afetividade. São sete páginas sobre o assunto e seis fotos, sendo que duas delas ocupam duas páginas quase inteiras. Essa característica, comum nas edições da revista, mostra que o visual das páginas é mais importante do que o seu conteúdo textual e serve para sustentar o interesse do leitor.

As fotografias conversam com o texto que apresenta palavras e frases que revelam o bom relacionamento e a cumplicidade do casal. Os termos usados são: *celebração, descobertas, romance, grande amor, amado, apaixonou, planejam, casal, relação, encontro de almas, vidas, sempre juntos, vida a dois, casamento e amizade colorida*. Essas palavras foram usadas para exaltar o relacionamento dos atores e passam a sensação de que os dois vivem um “conto de fadas”.

As imagens têm como fundo o mar, montanhas, coqueiros e árvores. Esta paisagem ajuda a compor as fotos realçando a harmonia dos atores que é favorecida por boas fotos. Outro elemento que compõe a foto é a roupa. Os dois entrevistados usam três roupas diferentes em tons pastéis e esverdeados que se assemelham a cor do ambiente natural da ilha.

Dois figurinos de Claudia mostram bastante o seu corpo. O primeiro modelo, que é usado na foto de capa, é um top que deixa o abdômen e o colo à mostra. O segundo é um biquíni que além de fazer com que sobressaia a parte superior de seu corpo também destaca as pernas da atriz. Já Jarbas, aparece com blusas justas que evidenciam seus músculos. Essas roupas têm o objetivo de associar a boa forma física à felicidade do casal.

4.1.3 Edição de 29 de março de 2013

A capa tem como título: “Grazi Massafera: nova rotina da mãe de Sofia. De volta á TV, atriz conta como concilia trabalho e maternidade”. Esse título traz uma novidade ao leitor, a primeira filha de uma celebridade em questão, isso também motiva o

público a comprar o exemplar. A capa é atrativa porque mostra uma atriz que está no ar na televisão, o que faz com que os leitores reconheçam essa personalidade e tenham curiosidade de saber mais sobre a vida de Grazi Massafera.

A matéria de capa traz “Grazi Massafera em fase de readaptação à rotina – Ela viaja à Guatemala e fala do exercício de equilibrar cuidados com a filha, Sofia, e a profissão”.

O título e o subtítulo trazem uma questão que é muito comum na vida das mulheres brasileiras, a conciliação entre trabalho e filhos. Só pelo fato de ser algo corriqueiro é fácil de atrair e captar a atenção do público, que em sua maioria é feminino.

O assunto principal é como a atriz Grazi Massafera concilia a vida pessoal e profissional, uma vez que teve, recentemente, uma filha e ao mesmo tempo é protagonista da novela das seis da Rede Globo. Na matéria é relatada a falta que a atriz sente da filha Sofia, como faz para estar presente na vida da filha e a dura rotina das gravações. É feita também uma comparação entre a entrevistada e a personagem que interpreta.

O peso de Grazi também é descrito, uma maneira de realçar sua boa forma física. Além disso, a atriz conta brevemente algumas lembranças da infância que dizem respeito a sua mãe e as compara com a convivência com Sofia. Outro assunto da matéria é o relacionamento da filha com o pai, o ator Cauã Reymond, e o sonho de Grazi em ter uma família grande.

Foram usadas algumas palavras e expressões que traduzem o momento de divisão da atriz entre a profissão e a filha. Os termos usados formam: *readaptação, rotina, equilibrar cuidados, profissão, filha, saudade, licença-maternidade, gravação, novela, protagonista, menina, momento especial, gravidez, carreira, tempo, momento doloroso, vida dura, casa, aperto forte no coração, mãe, ausência, difíceis, trabalhando, independência financeira, segura e ritmo de trabalho*. Todas essas palavras citadas anteriormente ajudam a mostrar um momento prazeroso, mas ao mesmo tempo difícil na vida de uma mulher.

A reportagem é formada por uma entrevista com a atriz, que é composta de doze perguntas. O olho foi empregado duas vezes. Para selecionar o assunto que seria a

matéria principal desta edição, foram considerados alguns critérios de noticiabilidade. Entre eles a *novidade*, por se tratar da primeira filha de uma personalidade famosa esse é um assunto novo que deve ser noticiado. Além disso, é uma novidade por ser uma novela que na época era recém estreada.

O segundo critério é a *notoriedade* da entrevistada, que é uma pessoa famosa e está em alta no cenário televisivo. Outro valor considerado é o *tempo*, ele está relacionado ao fato de se tratar de uma matéria com uma atriz que está fazendo uma novela. O último critério é a *proximidade*, tanto por ser uma celebridade que atualmente está no ar como por ser uma pessoa já próxima (conhecida) dos leitores.

A matéria tem cinco páginas que misturam texto e imagens, ao todo são seis fotos. Como já é comum nas edições de *Caras*, as fotos são sempre grandes e ocupam a maior parte dos espaços das folhas. As duas primeiras páginas têm apenas duas fotos e o título. As imagens foram feitas de dia e têm bastante sol que iluminam principalmente o rosto da atriz. O cenário são as ruínas de Antígua, onde Grazi gravou cenas da novela. A paisagem é composta de pedras e árvores.

As imagens não têm muita relação com o conteúdo da matéria já que em nenhuma delas é mostrada a entrevistada com a filha que é o assunto principal da matéria. Porém, pode ter sido uma exigência da entrevistada para não expor publicamente a filha. Apesar da falta que sente de Sofia as fotos mostram que Grazi Massafera está realizada, feliz e segura de suas decisões, isso é perceptível nas posições em que ela é fotografada.

As imagens são da atriz em diversos pontos das ruínas que favorecem seu corpo. Em três das seis fotos as pernas são elemento de destaque, favorecidas por dois vestidos diferentes que Grazi veste. Além disso, na capa também é usada uma foto onde as pernas estão em primeiro plano. A ênfase no corpo é sempre associada a felicidade e a realização pessoal. O figurino é composto por três combinações, uma roupa colorida e outras duas em tons neutros que deixam a atriz com um ar de mais seriedade.

4.1.4 Edição de 05 de abril de 2013

Na capa aparece uma foto do casal e o seguinte título: “Murilo Rosa e Fernanda Tavares. Após polêmica, ator e top model, casados há seis anos, reafirmam harmonia familiar”. A palavra polêmica, presente na capa, chama a atenção do leitor que tem interesse em saber de que polêmica se trata. A foto também motiva o público a comprar a edição, pois existe a presença de um casal de famosos.

A matéria principal traz como título: “Murilo Rosa e Fernanda Tavares dão ênfase à sua vida em família”. Subtítulo: “Na ilha de *Caras*, ator e modelo contam como a chegada dos herdeiros reforçou o casamento e já sonham com o terceiro”. O título e o subtítulo destacam a importância da família. Os filhos e um casamento feliz são o enfoque da matéria.

O conteúdo é a importância de um casamento bem estruturado e a valorização de se ter filhos. Enfoque também é dado ao trabalho de Murilo, sua atuação na novela das nove da Rede Globo e os papéis que já interpretou. Assim como o projeto de ter o terceiro filho e de futuros trabalhos. Uma das perguntas é sobre o corpo da modelo e se ela já está em forma por conta da gravidez, o que mais uma vez mostra o enfoque que o veículo dá a aparência.

Algumas palavras e frases utilizadas para valorizar o casamento e a família foram: *valioso, bem-sucedidos, bonitos, harmonia, cumplicidade, vida em família, casamento, sonham, valioso alicerce, casal, união, herdeiros, relação de amor, filhos, prioridade, bem-estar, criança, vida a dois e estrutura*. Tais palavras foram empregadas para mostrar a importância da família e a realização do casal com esse momento.

O texto possui oito perguntas, algumas se dirigem só a Murilo, outras só a Fernanda e outras a ambos, sendo que neste caso as respostas são separadas. O olho é usado duas vezes. A reportagem tem seis páginas compostas de textos e imagens, mas em três delas existem apenas fotos. No total são cinco fotos que em geral ocupam mais espaço do que o texto.

Na matéria é possível destacar alguns valores-notícia. Um deles é o *tempo*, pelo fato da notícia se tratar de um ator que está no ar em uma novela. O segundo critério é a *notoriedade* dos entrevistados, ambos são pessoas famosas. Um terceiro valor-

notícia é a *proximidade* que o casal tem com o público, principalmente Murilo que está atuando em uma novela da Rede Globo.

As imagens foram feitas de dia e têm como cenário a Ilha de *Caras*. As paisagens são compostas de mar, montanhas, barcos, árvores e plantas. Tais elementos naturais transmitem leveza e evidenciam a harmonia e a felicidade do casal. Além disso, elementos como uma rede e um jardim remetem a lar, casa e família, conceitos enfocados na matéria.

Fernanda Tavares usa três modelos de roupas, ambos coloridos e que mostram bastante suas pernas. Sendo que em uma das fotos, o decote da roupa também é muito perceptível. Isso ajuda a enfatizar a o corpo da atriz, o que também é abordado em uma das perguntas.

O ator, por sua vez, aparece em uma das fotos apenas de sunga e camiseta, o que deixa o seu corpo mais em evidência. A aparência é importante para contribuir com o texto que descreve o quanto o casal é bem sucedido. As cores das roupas de Murilo são em tons neutros em alguns momentos, mas coloridos em outros, combinando com os figurinos de sua esposa, transmitindo harmonia.

4.2 Exemplares de *Contigo!*

4.2.1 Edição de 14 de março de 2013

A capa é composta por uma foto de Priscila Fantin e o filho e pela frase: “Priscila Fantin apaixonada por Romeo. A atriz apresenta o filho e fala sobre a maternidade”. Tanto a imagem como o título da capa atraem o leitor por se tratar do filho de uma celebridade. Uma vez que muitos famosos preferem não mostrar seus filhos para o público e quando permitem que eles sejam expostos isso desperta a curiosidade dos leitores.

A matéria principal tem como título: “Romeo apronta muito!”. E o subtítulo é: “Encantada com o filho, Priscila Fantin conta como a maternidade mudou sua vida”.

O título e o subtítulo falam de um assunto muito frequente, a maternidade. Isso chama a atenção do público que em geral é feminino.

O conteúdo do texto trata de como a atriz está se sentindo com a oportunidade de ter o primeiro filho e como é o relacionamento dela e do pai com a criança. A matéria trata também do cachorro de estimação da família que participa com Priscila de um programa na Rede Globo. Além disso, grande enfoque também é dado ao corpo da entrevistada. Ela conta como fez para recuperar o peso após a gravidez e como mantém a forma.

Nessa matéria é possível identificar alguns valores-notícia. Um deles é a *novidade*, no caso o fato novo é o primeiro filho de uma atriz famosa. O segundo critério de noticiabilidade é a *notoriedade* de Priscila Fantin, que é uma pessoa famosa e que está participando de um programa na televisão.

Outro valor-notícia é a *proximidade*. Ela está próxima do público em dois sentidos: o primeiro por se tratar de uma celebridade que já tem muito tempo de carreira e o segundo pelo fato dela estar no ar atualmente. O último critério observado é o *tempo*, por ser uma personalidade que está participando de um programa atual ela é notícia. Além disso, o fato de ser uma maternidade recente também está relacionado com o tempo.

Algumas palavras, a maioria delas ditas por Priscila, ajudam a traduzir esse momento de realização da entrevistada. Os termos são: *encantada*, *adorando*, *gostosa*, *mãezona*, *curtir* e *alegria*. Essas palavras, juntamente com as fotos, traduzem um momento importante na vida da atriz e transmitem sua satisfação com o filho.

A reportagem tem sete páginas que misturam textos e fotos. O texto é dividido por dois intertítulos, sendo que a última página é formada por um quadro que descreve o atual trabalho da atriz. Quase todo o conteúdo é formado por aspas de Priscila. As duas páginas iniciais são compostas apenas de uma foto grande, o título e o subtítulo.

Ao todo são cinco imagens, todas elas feitas durante o dia. Elas são grandes e ocupam a maior parte das páginas, o que desperta mais o interesse do leitor. Além

disso, o destaque que é dado às fotos pode ser a proposta editorial da revista. A maioria das imagens mostram Priscila e o filho Romeo interagindo juntamente com o cachorro de estimação. As poses revelam a satisfação pessoal da entrevistada com a maternidade. As duas últimas fotos mostram a atriz no programa que participa juntamente com seu cachorro.

O cenário da maioria das fotografias é a casa da família. Isto é perceptível através de elementos como a sacada do apartamento, um sofá, uma casinha de cachorro, uma poltrona e um aparador com garrafas de bebidas. Tudo isso ajuda a enfatizar conceitos de lar e família, descritos na reportagem, e também auxilia na construção do tema principal, a maternidade.

As roupas usadas por mãe e filho também mostram que se está em casa. Priscila Fantin usa uma composição básica, calça jeans, camiseta e tênis. Essa roupa a deixa à vontade permitindo-a interagir com Romeo e o cão. Já a criança também se mostra confortável vestindo apenas uma camisa social e deixando à mostra a fralda. Esses elementos, juntamente com o cenário, transmitem ao público a sensação de que ele está entrando em um ambiente íntimo da vida de uma celebridade. Isso então gera grande satisfação ao leitor que sempre tem vontade de saber mais sobre a vida dos famosos.

4.2.2 Edição de 21 de março de 2013

Na capa existe a foto de toda a família e a seguinte frase: “Huck e Angélica apresentam Eva e desfazem rumores sobre crise: “Nosso casamento está ótimo”. A foto e o título geram expectativa no leitor que deseja conhecer a nova filha do casal. Mas ao mesmo tempo, no título é descrito uma suposta crise no casamento de Angélica e Luciano e isso também desperta a curiosidade do público.

A matéria de capa desta edição tem como título: “A fofíssima Eva!”. E a linha fina (subtítulo) é: “Angélica e Luciano Huck apresentam a filha”. Ambos, título e subtítulo, trazem novamente um tema que atrai muito as leitoras, a maternidade. Além disso, essa matéria também ganha destaque por se tratar de uma filha de duas pessoas famosas, despertando ainda mais o interesse do público.

O assunto da reportagem é Eva, filha do casal de apresentadores da Rede Globo, Luciano Huck e Angélica. Fala-se sobre o comportamento da criança; a realização da apresentadora com a primeira filha; como é a rotina e os cuidados com Eva e sobre o relacionamento dos outros dois filhos com a caçula. É abordado também a preocupação de Angélica com o corpo; os rumores de crise no casamento e a viagem feita com toda a família aos Estados Unidos.

No texto é possível identificar alguns valores-notícia que nortearam a escolha do tema. O primeiro é a *novidade*, a nova filha do casal Angélica e Luciano Huck. O segundo é a *notoriedade*, pois se trata de dois apresentadores famosos. Outro critério é a *proximidade*, pois são um casal de artistas muito admirado e que estão no ar na televisão, sendo assim estão sendo vistas constantemente pelo público. O último critério que foi considerado é o *tempo*, ambos estão atualmente apresentando programas televisivos.

Algumas das palavras e frases usadas para definir Eva e esse momento da família foram: *fofíssima, fofa, graça, miss simpatia, felicidade, ótimo, realizada, delícia, fofinha, adora, casamento muito sólido e tranquilo*. Tais expressões traduzem um momento de felicidade vivenciado pela família com a chegada de Eva.

A matéria tem oito páginas que quase sempre intercalam a entrevista com as fotos. No início é feita um breve introdução e a seguir tem-se a reprodução de uma entrevista com sete perguntas feitas, ora para Luciano, ora para Angélica e ora para os dois. Além da entrevista o texto também possui um intertítulo.

As fotos ocupam grande espaço nas páginas, no total são cinco imagens. Elas ganham mais espaço do que o texto, o que costuma ser comum nas revistas, mas também pode ser uma escolha dos editores da Contigo!. Cinco páginas são constituídas apenas por uma foto, título e subtítulo ou só foto e legenda. As imagens mostram os apresentadores com a filha caçula e também com toda a família. Em uma das fotos, Eva aparece apenas entre os dois irmãos mais velhos. As fotos exemplificam a cumplicidade e a harmonia da família e do casal.

Todas as imagens foram feitas de dia. Três delas são em um jardim e duas foram tiradas na viagem da família aos Estados Unidos. As árvores e as plantas que aparecem ao fundo de algumas fotos transmitem leveza e harmonia, complementando

assim as informações do texto. Assim como as fotos da viagem que também mostram o companheirismo e a unidade da família.

As roupas também auxiliam a transmitir serenidade. Nas fotos tiradas para a matéria, Luciano, Angélica e os dois filhos aparecem com tons neutros que combinam com a roupa da caçula. Eva por sua vez usa um vestido colorido, o que ajuda a destacá-la, já que ela é o motivo principal da matéria. Nas fotos da viagem, toda a família veste tons variados.

4.2.3 Edição de 28 de março de 2013

A capa tem como título: “Debora Secco. Dieta perigosa. Recuperada, atriz conta que ficou doente ao perder 12 Kg em 45 dias para viver personagem soropositiva no cinema”. Além disso, a capa também tem a foto da atriz em um plano mais fechado, mostrando-a da cintura para cima. Porém, o que acaba sendo mais atraente para o leitor é a frase em que a celebridade revela ter perdido muito peso em pouco tempo. Esse fato desperta o interesse de muitas mulheres que em geral nunca estão satisfeitas com o corpo.

A reportagem principal da edição tem como título: “Quis ter a cara da morte” e subtítulo: “Já recuperada, Deborah Secco conta como foi o processo de perder 12 quilos em 45 dias por uma personagem soropositivo”.

O título por si só já chama bastante a atenção de quem lê a reportagem. A palavra *morte* é muito forte e sempre gera impacto e a aspa da atriz também contribui para isso. No subtítulo fala-se sobre uma questão que preocupa muitas mulheres, o corpo, o que também atrai o público feminino que logo deseja saber como a atriz perdeu peso.

O texto aborda o último trabalho cinematográfico de Deborah Secco, que atua em um seriado na Rede Globo. É descrito também como a atriz fez para emagrecer para o papel do filme; as complicações na saúde no período de gravação do longa e sobre preparação espiritual que ela faz para a Páscoa.

Os critérios de noticiabilidade que podem ser encontrados nessa notícia são quatro. O primeiro é a *novidade* que é o novo filme que a atriz irá estrelar, além de ser

também novo o fato dela ter que perder muito peso. Outro valor-notícia é a *notoriedade* da entrevistada que já é uma pessoa muito famosa. O terceiro é a *proximidade* de Deborah com o público já que ela é uma artista e também devido ao fato dela estar no ar em um seriado televisivo. O último critério identificável é o *tempo*, por se tratar de uma atriz que atualmente está no ar.

Algumas palavras e frases utilizadas para traduzir esse momento vivido pela atriz são: *cara da morte, rosto encovado, olheiras, sexy, visual, aspecto, doente, emagreci, difícil, cabelos curtos, transformação, debilitada, vaidade, pele opaca, marcas no rosto e saúde*. Essas expressões ajudam a mostrar como Deborah ficou com a transformação e o quanto a aparência é importante para a composição de uma personagem.

São oito páginas dedicadas a essa matéria. Elas se dividem em textos e fotos. O texto é organizado em quatro intertítulos e um quadro que mostra a diferença física da atriz em dois papéis distintos que ela interpretou. As fotos ocupam a maior parte dos espaços das páginas, o que é uma característica comum nas edições da revista. No caso dessa matéria, as imagens são muito importantes, pois o assunto principal é a aparência, sendo indispensável a presença de fotos que mostram nitidamente o corpo da atriz.

Foram utilizadas seis fotos, sendo duas delas de dois trabalhos da atriz. Nas fotos posadas para a revista, Deborah aparece em imagens que mostram sua beleza e simpatia. Em outras ela aparece mais artificial em poses que lembram as de modelo. As fotos foram tiradas em um hotel de São Paulo. Ao fundo delas existem plantas, prédios e uma piscina. Tais elementos ajudam a compor um cenário urbano e ao mesmo tempo natural que transmitem modernidade.

As roupas também colaboram para a composição. A atriz usa quatro modelos diferentes. Alguns clássicos outros mais modernos, a maioria deles em tons de preto, branco e cinza, deixando a atriz mais formal e séria. Dois modelos deixam em evidência as pernas, mostrando mais o corpo de Deborah Secco.

4.2.4 Edição de 04 de abril de 2013

Nesta edição a matéria de capa tem como título: Paixão explícita!. E o subtítulo é: “Os sete anos de amor intenso de Flávia Alessandra e Otaviano Costa”. Tanto o título como o subtítulo apresentam palavras que as leitoras costumam se interessar, elas são *paixão* e *amor*. Assuntos que ganham ainda mais destaque quando dizem respeito a um casal de celebridades.

A capa mostra uma foto do casal e a seguinte frase: “Flávia Alessandra e Otaviano Costa. Sete anos de paixão. “Sexo fica cada vez melhor, mas a intimidade não é só sexual, é amorosa, afetuosa”. A imagem e principalmente a aspa da atriz atraem muitos leitores que têm a curiosidade de saber como é o relacionamento entre duas celebridades.

A reportagem fala sobre o relacionamento dos dois atores que estão no ar em uma novela da Rede Globo. Eles falam como se conheceram; como mantêm um casamento feliz; falam sobre a filha do casal e a relação de Otaviano com a enteada.

Algumas palavras e frases ajudam a embasar o assunto principal do texto são: *paixão, amor intenso, beijo, casal, carinhos, gentilezas, relacionamento, bom humor, cumplicidade, dois, namoro, casaram, sexo, intimidade, amorosa, afetuosa, romantismo* e *ciúme*. Essas palavras juntamente com as fotos ajudam a exemplificar questões que envolvem um casamento. Mostrando que mesmo sendo artistas, o relacionamento é como qualquer outro, o que faz com que o leitor se identifique ainda mais com a reportagem.

A matéria tem oito páginas que mesclam texto e fotos. O texto tem uma introdução e em seguida segue-se uma sequência de aspas dos atores. O conteúdo é distribuído em um intertítulo e um quadro que descreve a convivência de Otaviano com sua enteada.

É possível identificar alguns valores-notícia presentes no texto. Um deles é a *notoriedade* das pessoas envolvidas na notícia, pois se trata de dois artistas famosos. Outro critério é a *proximidade* que os atores tem com o público, pois ambos já são bem conhecidos e também estão no elenco de uma novela da Globo. O último critério que é possível identificar é o *tempo*, já que ambos estão no ar na televisão.

As fotos ocupam a maior parte do espaço das páginas, ao todo são seis imagens. Elas ajudam a ilustrar momentos de afeto do casal e em uma delas aparece toda a família. Através das imagens o público têm a sensação de poder acompanhar a vida dos dois atores. A maioria das fotos parecem ter sido feitas na casa de Flávia e Otaviano. Nelas há presença de livros, escada, cama e quadros. Tudo para contribuir com um ambiente familiar.

Os lugares em que as fotos foram produzidas contam com pouca iluminação o que ajuda a criar um clima de romance. As roupas usadas pelos atores tem o mesmo intuito, principalmente as de Flávia Alessandra. Ela usa quatro modelos diferentes que são bem justos ao corpo e que quase sempre deixam suas pernas à mostra. Os tons vestidos por ambos são escuros e sóbrios, ajudando a compor um ambiente mais íntimo. Outras roupas são estampadas e passam a sensação de harmonia entre o casal.

4.3 Comparação entre as edições de *Caras*

Nas edições da revista *Caras* é perceptível a prioridade que é dada aos artistas da Rede Globo. Nas quatro matérias analisadas, todas envolviam atores de novelas da emissora. Sendo assim, pode ser que o público leitor seja também o mesmo que assiste às novelas e programas da Globo.

Outra característica comum é a exaltação do corpo. Em todas as edições citadas neste trabalho o corpo e a aparência como um todo sempre foram evidenciados nas fotos e no texto. Esse artefato é utilizado, principalmente, para atrair as leitoras que sempre buscam referenciais de beleza e moda em celebridades. Além disso, a maioria dos leitores, como foi dito anteriormente, têm entre 20 e 26 anos. Essa faixa etária geralmente mostra grande preocupação com a aparência.

Um terceiro ponto é a utilização de muitas fotos e quase todas elas são muito grandes. Nas quatro matérias as fotos ocuparam a maior parte das páginas. Isso contribui para chamar mais atenção ao corpo dos artistas e despertar o interesse das leitoras que ao folhearem a revista querem ver com detalhes a aparência dos famosos. Além disso, o grande número de fotos também pode ser atribuído ao

interesse inicial do público que, como já foi dito anteriormente, procura a *Caras* para se entreter.

A última característica é o conteúdo abordado. Nos editoriais analisados sempre foram enfocados assuntos sobre o atual trabalho dos atores, como fazem para manter uma boa forma física, a vida amorosa, a família e os projetos para o futuro. Tais questões despertam o interesse do público feminino que muitas vezes se identifica com uma celebridade que está vivendo um momento semelhante ao seu. Além disso, essas personalidades também são um espelho para essas leitoras que querem muitas vezes ser como elas, mesmo que inconscientemente.

Os assuntos abordados também são determinados pela faixa etária e pelo estado civil do público leitor. 46% são solteiros e 41% são casados, isso condiciona as matérias a serem relacionadas com temas como família e relacionamento.

No que diz respeito aos elementos para composição de um bom texto de notícia, descritos anteriormente por Lustosa (1996, p. 81), de maneira geral as edições respeitaram os critérios de objetividade, concisão, precisão e clareza.

Com relação aos critérios de noticiabilidade em todas as edições foram encontrados os valores- notícia de *proximidade*, *notoriedade* e *tempo*. Em duas matérias além desses também foi utilizado o critério de *novidade*.

4.4 Comparação entre as edições de *Contigo!*

A revista *Contigo!* apresentou em todas as quatro edições analisadas, artistas da Rede Globo nas matérias de capa. Além disso, em uma seção a revista apresenta o resumo de novelas apenas da Rede Globo. Tudo isso pode significar que seja uma escolha editorial ou um “acordo” que a *Contigo!* tenha com a referida emissora.

A utilização de muitas fotos também pode ser a proposta editorial da *Contigo!*. Em todas as reportagens analisadas foram empregadas muitas fotos, em quase todas elas em tamanhos grandes. Além disso, nas revistas em geral é recomendada a

utilização de muitas fotos para sustentar o interesse e a curiosidade do leitor, pois o visual sempre é percebido primeiro do que o texto³.

Outra característica comum nos textos da revista foi o conteúdo abordado. Em duas das quatro edições os filhos e a família das celebridades foram foco das matérias de capa. Em um edição o assunto foi o casamento de sete anos de dois artistas, o que não deixa de estar relacionado com o tema família.

Uma questão que provavelmente influencie a escolha dos temas é o perfil do público leitor. 80% das pessoas que leem a revista são mulheres, a faixa etária que é maioria do público está entre 25 e 34 anos e a maioria deles é casada. Esses dados explicam a preferência por assuntos que envolvem filhos, casamento e família assuntos que são de interesse de mulheres casadas, como a maior parte das leitoras da *Contigo!*.

Outro assunto que foi abordado em todas as matérias analisadas foi o corpo das artistas, em nenhuma das edições os homens falaram sobre essa questão. Constantemente falava-se de algo relacionado a esse assunto como: o atual trabalho das celebridades que exigiu alguma preparação física ou como voltaram a forma depois da gravidez. A escolha por falar desse tema se deve a preocupação das mulheres em geral e principalmente das leitoras da revista, que em sua maioria são casadas e estão dentro de uma faixa etária que mostra grande preocupação com a aparência.

Com relação organização do texto, as edições foram objetivas, concisas, precisas e claras. O texto é simples possibilitando uma leitura rápida e não cansativa. No que diz respeito aos valores-notícia em todos os quatro exemplares estiveram presentes os critérios de *notoriedade*, *tempo* e *proximidade*. Em três das quatro edições analisadas a *novidade* também foi um valor usado para a seleção das notícias.

4.5 Comparação entre *Caras* e *Contigo!*

As revistas *Caras* e *Contigo!* apresentaram ao longo dessa análise, semelhanças e diferenças. Primeiramente ambas abordam as celebridades como notícia, em todas

³ ALI, 2009, p. 166

as matérias sempre existe a presença de uma pessoa famosa. Nas matérias de capa das duas revistas analisadas, as fontes sempre foram artistas da Rede Globo.

Com relação ao conteúdo outra semelhança foi a incidência de assuntos relacionados a filhos, casamento e família no geral. Juntamente com esses temas também foi abordado em todas as oito edições questões relacionadas ao corpo das famosas. Além disso, as matérias de capa sempre eram sobre mulheres, sejam sozinhas acompanhadas por filhos ou pelo marido ou namorado, em nenhuma das edições houve um homem que foi sozinho tema da reportagem principal. Isso pode ser justificado pelo público dos leitores de *Caras* e *Contigo!* que em sua maioria é feminino. Sendo assim, mulheres querem ver mulheres nas revistas, pois precisam de um referencial para se espelhar.

O perfil do público leitor também é semelhante, em ambas as revistas o maior público é de mulheres da classe B. Outro aspecto em comum é a presença de muitas fotos nas reportagens. Por reportar notícias de celebridades essas revistas focam tais personalidades deixando menos espaços para os textos.

Com relação ao aspecto visual, tanto na capa como nas seções das duas revistas, foram utilizadas as cores branco, vermelho e preto. Como foi descrito anteriormente esses são tons que servem para chamar a atenção do público e ao mesmo tempo não deixar a composição poluída visualmente.

Outro ponto semelhante entre as revistas são os valores-notícia, em todas as matérias de capa os critérios que nortearam foram: *tempo*, *notoriedade* e *proximidade*. Em algumas também se constatou a presença do valor-notícia de *novidade*.

Quanto a divisão das revistas, nos dois veículos foi constado algumas seções em comum entre *Contigo!* e *Caras*. Elas foram, respectivamente: **Paladar e Cozinha de Caras, Agenda e Agenda, Horóscopo e Revelações, Passatempo e Cruzadas, Agitos e Caras**. Porém, algumas seções da *Contigo!* não têm seus correspondentes na *Caras* como: **Novelas e Gente e Histórias**. E a *Caras* também não possui artigos semelhantes na *Contigo!* como: **Citações, Amor, Etimologia, Foco e Grife Caras**. Já as seções que não são fixas da *Contigo!* como **Moda**,

Looks e Tô na moda podem ser associados as seções **Moda** e **Estilo** da revista *Caras*.

Com relação as diferenças entre *Caras* e *Contigo!*, a primeira exalta mais o corpo, principalmente nas fotos. Tal fato pode estar relacionado a faixa etária dos leitores de *Caras*, que em sua maioria está entre 20 e 26 anos e demonstram maior preocupação com a aparência do que as mulheres mais velhas. A *Contigo!* por sua vez, mantém o foco em temas relacionados a família, o que pode ser explicado pelo perfil das leitoras desta revista que são maioria casadas. Outra diferença é que a *Contigo!* tem índice e a *Caras* não.

CONCLUSÃO

As reportagens analisadas nas revistas *Caras* e *Contigo!* podem ser classificadas como produtos do jornalismo pois, apresentaram elementos importantes na composição de um texto jornalístico. Primeiramente por terem se baseado em valores-notícia para selecionar os assuntos que seriam noticiados. Em segundo lugar porque respeitaram critérios de objetividade, concisão, precisão e clareza. Outro procedimento empregado e que é vinculado ao jornalismo de revista foi a utilização de fotos que estavam relacionadas ao texto, complementando o seu sentido.

A *Caras* e a *Contigo!* são classificadas como revistas de interesse geral que utilizaram, nas reportagens analisadas, a entrevista de personalidade. “Entrevista em que se procura revelar o modo de ser, o pensamento e a vida de uma pessoa, geralmente de uma figura-pública.” (SOUSA, 2001, p. 237). Esse tipo de matéria é usada também nos jornais e em outros veículos jornalísticos, ela é comumente chamada de perfil. Sendo assim é mais uma característica em comum entre o jornalismo e as notícias estudadas.

Quanto ao conteúdo, as matérias noticiaram o segmento ao qual as revistas são destinadas, ou seja, as celebridades. Os fatos que foram abordados nos textos analisados, tratam-se de notícias que podem ser de interesse do público das revistas, leitores que buscam novidades sobre as celebridades. Mas também podem ser resultados do que a *Caras* e a *Contigo!* entendem por interesse público, isto é, o que essas empresas querem noticiar. Como foi constatado, foi veiculado nas reportagens em questão apenas assuntos sobre artistas da Rede Globo, o que pode ser a proposta editorial dessas revistas. Ou ainda porque essa emissora tenha a maior parte da audiência no setor televisivo. Essa preferência das revistas deixa claro o que elas querem focar, o que não é errado, pois muitas empresas jornalísticas também optam por concentrar seus conteúdos apenas em determinados assuntos. Isso é preciso já que é muito grande volume de informação que se tem para divulgar, sendo necessário limitar esse universo.

Algumas das reportagens analisadas podem ser enquadradas como as chamadas pautas “frias”. Tais matérias são muito comuns em veículos jornalísticos, elas se

referem a assuntos que não são factuais e inéditos, mas que têm importância como notícia, mesmo que para públicos bem específicos. São as pautas que servem muitas vezes para preencher espaços nos jornais e noticiários de televisão e rádio como, por exemplo, matérias sobre os destinos turísticos de uma cidade, datas festivas do calendário, entre outras. Além de serem caracterizadas como matérias “frias”, os textos analisados remetem a matérias do tipo perfil, as quais são enquadradas como jornalismo.

Portanto, as reportagens analisadas das revistas Caras e Contigo! são enquadradas como jornalismo, mesmo que muito focadas no entretenimento pois, além de respeitarem elementos importantes para a produção de um texto desse gênero, também apresentaram conteúdos que se basearam em critérios de noticiabilidade. Vale ressaltar que essas são conclusões preliminares e com base apenas no material analisado. Uma classificação mais definitiva depende de um estudo mais aprofundado e realizado em um período maior, o que não foi o objetivo dessa monografia.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

A FOFÍSSIMA EVA!: Angélica e Luciano Huck apresentam a filha. *Contigo!*, São Paulo, n. 1957, p. 46-53, 21 mar. 2013.

ALI, FATIMA. A arte de editar revistas. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 2009.

CLAUDIA RAIÁ, UM ANO DE PAIXÃO: Vilã de *Salve Jorge* se declara ao ator Jarbas Homem de Mello: “É um grande amor que não esperava mais à essa altura da vida”. *Caras*, São Paulo, ed. 1011, n. 12, p. 90-96, 22 mar. 2013.

CORREIA, FERNANDO. **Os jornalistas e as Notícias**. Lisboa: Caminho, 1997.

FAUSTO, BORIS. **História do Brasil**. São Paulo, SP: Edusp – Editora da Universidade de São Paulo, 1995.

GRAZI MASSAFERA EM FASE DE READAPTAÇÃO À ROTINA: Ela viaja à Guatemala e fala do exercício de equilibrar cuidados com a filha, Sofia, e a profissão. *Caras*, São Paulo, ed. 1012, n. 13, p. 52-56, 29 mar. 2013.

LAGO, Cláudia; BENETTI, Marcia. **Metodologia de Pesquisa em Jornalismo**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.

MURILO ROSA E FERNANDA TAVARES DÃO ÊNFASE À SUA VIDA EM FAMÍLIA: Na Ilha de Caras,, ator e modelo contam como a chegada dos herdeiros reforçou o casamento e já sonham com o terceiro. *Caras*, São Paulo, ed. 1013, n. 14, p. 74-79, 5 abr. 2013.

PAIXÃO EXPLÍCITA!: Os sete anos de amor intenso de Flávia Alessandra e Otaviano Costa. *Contigo!*, São Paulo, n. 1959, p. 50-57, 4 abr. 2013.

“QUIS TER A CARA DA MORTE”: Já recuperada, Deborah Secco conta como foi o processo de perder 12 quilos em 45 dias por um personagem soropositivo. *Contigo!*, São Paulo, n. 1958, p. 52-59, 28 mar. 2013.

REVISTA CARAS. *Mídia Kit*. Disponível em:

<http://caras.uol.com.br/anuncio/revista/perfil.html>. Acesso em: 16 mar. 2013.

REVISTA CONTIGO!. *Publiabril*. Disponível em:

<<http://www.publiabril.com.br/marcas/14/revista/informacoes-gerais>>. Acesso em: 16 mar. 2013.

“ROMEO APRONTA MUITO!” : Encantada com o filho, Priscila Fantin conta como a maternidade mudou sua vida. *Contigo!*, São Paulo, n. 1956, p. 60- 66, 14 mar. 2013.

ROSSI, CLOVIS. **O que é jornalismo**. Tatuapé, SP: Brasiliense, 1994.

SCALZO, MARÍLIA. **Jornalismo de Revista**. São Paulo, SP: Contexto, 2003.

SEGREDOS DE GIOVANNA ANTONELLI: Reeducação alimentar para *Salve Jorge* e sonho de nova gravidez. *Caras*, São Paulo, ed. 1010, n. 11, p. 98-104, 15 mar. 2013.

SOUSA, Jorge Pedro. *Elementos de jornalismo impresso*. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/_esp/autor.php?codautor=13>. Acesso em: 10 mar. 2013.

TRAQUINA, NELSON. **Teorias do Jornalismo: A tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional**. Florianópolis, SC: Insular, 2005.

VILAS BOAS, SERGIO. **O Estilo Magazine: O texto em revista**. São Paulo, SP: Summus, 1996.

ANEXO

A – Exemplar analisado: CARAS - edição: 15 de março de 2013

CARAS
www.caras.com.br - R\$ 9,90

EXCLUSIVO
GIOVANNA ANTONELLI: SUCESSO NA TV E PLANO DE NOVA GRAVIDEZ

EXCLUSIVO
PALOMA BERNARDI E THIAGO MARTINS LEVAM O IRMÃO DA ATRIZ AO ALTAR

EXEMPLAR DE ASSINANTE
VENHA ASSINAR
revistas.blog.br

EXCLUSIVO PARA VOCÊ, ASSINANTE DE CARAS
NOVIDADES
20% DE DESCONTO
para você, assinante* de CARAS,
+ 20% de desconto para o seu acompanhante.
Benefícios válidos para centenas de roteiros da Agaxtur com diversas opções de saídas.

CARAS
VIAGEM

*Assinante com direito a usufruir de desconto e para o qual não está em processo de cancelamento de acordo com o regulamento de validade de benefícios e não se encontram pagando as dívidas.

Neste exemplar, 2 NOVOS ROTEIROS para você realizar a viagem das suas sonhos. Para mais informações, acesse www.agaxtur.com.br/caras

B – Exemplar analisado: CARAS – edição: 22 de março de 2013

EDIÇÃO 1011 - MARÇO - Nº 11 - 22/03/2013

CARAS

www.caras.com.br - R\$ 9,90

DEBORAH SECCO, SABRINA SATO E BRUNA MARQUEZINE LINDAS EM FESTA VIP

pure people

EXCLUSIVO - ILHA DE CARAS

CLAUDIA RAIA CONTA SUA HISTÓRIA DE AMOR

Vilã de *Salve Jorge* não descarta filho com o ator Jarbas Homem de Mello



100% INOX

SEPARADOR DE GEMAS

GRÁTIS, com esta edição, o 4º brinde da Silver Collection: SEPARADOR DE GEMAS. São 49 peças de puro inox que vão deixar suas receitas criativas de verdade. **Colecione!**

GRÁTIS 4º BRINDE

Na próxima semana, ganhe o 5º brinde: Cortador de Pizza

Importante: Clique aqui para fazer o seu pedido: www.caras.com.br/brinde

COZINHA CRIATIVA CARAS
SILVER COLLECTION

Presidente
Jarbas Homem de Mello

Membro
Julia Orlandi
Bianchi

© Reprodução, César Alves/Caras

C – Exemplar analisado: CARAS- edição: 29 de março de 2013

CARAS
www.caras.com.br - R\$ 9,90

**+ 100 PÁGINAS:
ÁLBUM ESPECIAL
DA RAINHA
DOS BAIXINHOS**

XUXA 50

**GRAZI MASSAFERA:
NOVA ROTINA
DA MÃE
DE SOFIA**
De volta à TV,
atriz conta como
concilia trabalho
e maternidade

EXCLUSIVO PARA VOCÊ, ASSINANTE DE CARAS

20% DE DESCONTO
para você, assinante* de CARAS,
+ 20% de desconto para o
seu acompanhante. Benefícios válidos
para centenas de roteiros da Agaxtur
com diversas opções de saídas.

**CARAS
VIAGEM**

* Excluído todo itinerário a pedido do assinante e apenas até 30 dias antes da partida. Benefícios de caráter promocional e não se acumulam com outros.

Neste exemplar: 2 NOVOS ROTEIROS para você realizar a viagem dos seus sonhos. Para mais informações, acesse www.agaxtur.com.br/caras

D – Exemplar analisado: CARAS- edição: 05 de abril de 2013

CARAS
www.caras.com.br - R\$ 9,90

**TIME DE ESTRELAS
ESBANJA ESTILO E
ELEGÂNCIA EM
FESTA DA GLOBO**

ILHA DE CARAS
**MURILO ROSA
E FERNANDA
TAVARES**
Após polêmica,
ator e top model,
casados há seis
anos, reafirmam
harmonia familiar

EXTRATOR DE SUCO
GRÁTIS, com esta edição, o 6º brinde da Silver Collection: EXTRATOR DE SUCO. São 48 peças de puro inox que vão deixar suas receitas criativas de verdade.
Colecione!

GRÁTIS 6º BRINDE
No próximo mês, ganhe o 7º brinde: Fala Especial para Mulheres

SILVER COLLECTION

GRATIA KRATZ CARAS

SILVER COLLECTION

GRATIA KRATZ CARAS

E – Exemplar analisado: CONTIGO! : edição: 14 de março de 2013





G – Exemplar analisado: CONTIGO! : edição: 28 de março de 2013



